



UNIVERSIDADE DO VALE DO TAQUARI – UNIVATES  
CURSO DE JORNALISMO

**O AGENDAMENTO EM VEJA: UMA ANÁLISE DE COMO A MAIOR  
REVISTA DE CIRCULAÇÃO NACIONAL ABORDA, A PARTIR DOS  
CONCEITOS DE DIREITA E ESQUERDA, A DELAÇÃO DA JBS**

Tiago da Silva

Lajeado, novembro de 2017.

Tiago da Silva

**O AGENDAMENTO EM VEJA: UMA ANÁLISE DE COMO A MAIOR  
REVISTA DE CIRCULAÇÃO NACIONAL ABORDA, A PARTIR DOS  
CONCEITOS DE DIREITA E ESQUERDA, A DELAÇÃO DA JBS**

Monografia apresentada à disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II, do curso de Jornalismo da Universidade do Vale do Taquari – Univates, como parte da exigência para a obtenção de título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Me. Fábio Luís Kraemer

Lajeado, novembro de 2017.

## RESUMO

O jornalismo se estabeleceu como um mediador dos discursos e discussões dos mais variados campos sociais, e a disseminação da opinião nos veículos de comunicação sempre foi alvo de debate. Nas revistas, a problemática ganha ainda mais força pois elas promovem um jornalismo mais interpretativo que os outros meios e as fronteiras entre opinião e informação podem não ser tão claras. Com efeito, os veículos podem estar direcionando os seus leitores a terem uma interpretação que converge com as pautas de uma ou outra ideologia política. Nesse sentido, o presente trabalho busca perceber como a revista *Veja* se posiciona editorialmente quando aborda a colaboração premiada dos executivos do grupo JBS com o Ministério Público Federal no âmbito da Operação Lava Jato. A pergunta norteadora é *de que forma as bandeiras atribuídas à direita e à esquerda são agendadas editorialmente pelas instituições jornalísticas?* Como uma pesquisa quanti-qualitativa, de caráter exploratório e descritivo, viabilizada por meio de pesquisa bibliográfica e documental, o presente estudo constitui-se de uma análise de conteúdo de oito edições publicadas entre os meses de maio e julho. Como resultados, verificamos que o assunto foi agendado no topo da hierarquia da ordem do dia pela revista durante todas as edições analisadas; que o enquadramento dominante produzido pela *Veja* foi de que há uma corrupção endêmica, generalizada, nos poderes da República; que, para o veículo, a corrupção independe de partidos e ideologias políticas. Por isso, a revista não se colocou como parte e nem promotora do debate ideológico entre os dois polos do espectro político e, eventualmente, abordou temas caros à direita ou à esquerda dentro de um contexto amplo. Como proposições, sugerimos a continuidade de estudos com essa proposta norteadora, para que possam ser ocorrer uma evolução dos conceitos de agendamento e enquadramento no sentido de identificar o *por que pensar*, por parte do receptor.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Agendamento. Enquadramento. Ideologia. Corrupção.

## **LISTA DE ILUSTRAÇÕES**

Quadro 01 – Tipologia de Acapulco .....	50
Quadro 02 – Divergências em relação a temas ligados às ideologias clássicas .....	75
Quadro 03 – Divergências em relação aos novos temas .....	76
Quadro 04 – Categorias de classificação dos manifestos .....	77
Quadro 05 – Composição da escala esquerda-direita .....	80

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 01 – Incidência do tema Delação JBS nas edições analisadas .....	83
-------------------------------------------------------------------------	----

## LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Políticos se unem contra as investigações.....	88
Figura 02 – Primeira capa do período de análise, com a manchete “Basta” .....	96
Figura 03 – Temer se segura na faixa presidencial à beira do abismo.....	98
Figura 04 – Revista passa a impressão de que presidente é menor que o cargo .....	98
Figura 05 – Temer fardado para a guerra contra as investigações .....	99
Figura 06 – Reportagem contextualiza situação do presidente .....	100
Figura 07 – Reação de Aécio ao tomar conhecimento da divulgação da delação ..	100
Figura 08 – Ex-presidentes acusados por delator de terem contas de R\$ 150 mi ..	101
Figura 09 – Imagem e gráfico compõem quadro informativo.....	102
Figura 10 – “Deputado da mala”, Loures foi filmado recebendo mala de R\$ 500 mi .....	102
Figura 11 – Em arte sobre foto, Veja deduz o interesse dos investigados .....	103
Figura 12 – O salto da JBS nos governos petistas.....	104
Figura 13 – Analogia com expressão popular .....	105
Figura 14 – “Foro, Temer!” .....	106
Figura 15 – “Dentro, Temer” .....	107
Figura 16 – O “milagre” de Joesley .....	108
Figura 17 – Tratamento diferenciado aos Neves.....	109

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	7
2 CONTEXTO GERAL .....	11
2.1 A Veja .....	11
2.2 Dos gêneros e formatos .....	14
2.2.1 Classificação de Marques de Melo .....	16
2.3 Gêneros .....	17
2.3.1 Gênero informativo .....	17
2.3.2 Gênero opinativo .....	19
2.3.3 Gênero interpretativo .....	22
2.3.4 Gênero diversional .....	25
2.3.5 Gênero utilitário .....	26
2.4 O formato e a opinião nas <i>newsmagazine</i> .....	27
3 MÉTODO .....	30
3.1 Pesquisa qualitativa .....	30
3.2 Pesquisa exploratória .....	33
3.3 Pesquisa descritiva .....	33
3.4 Pesquisa bibliográfica .....	33
3.5 Pesquisa documental .....	34
3.6 Amostra .....	35
3.7 Análise de conteúdo .....	36
4 REFERENCIAL TEÓRICO .....	40
4.1 Teorias do Jornalismo .....	40
4.1.1 Teoria da Agenda ou <i>agenda setting</i> .....	41
4.1.1.1 O pseudoambiente .....	42
4.1.1.2 Efeitos de longo prazo e “efeito de enciclopédia” .....	46

4.1.2 Enquadramento ou <i>framing</i> .....	55
4.1.2.1 Elementos do <i>frame</i> .....	59
4.1.2.2 A perspectiva dominante.....	60
4.2 Direita e esquerda .....	63
4.2.1 Surgimento .....	63
4.2.2 Pós-revolução e questionamentos .....	65
4.2.3 O que defendem direita e esquerda.....	68
4.2.4 Particularidades da América Latina.....	73
5 ANÁLISE.....	81
5.1 Sobre o pseudoambiente.....	84
5.2 Sobre o enquadramento .....	94
5.3 Sobre direita e esquerda.....	110
5.4 Sobre o agendamento ideológico.....	115
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	120
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	124

## 1 INTRODUÇÃO

Há um debate forte, polarizado, entre esquerda e direita nos últimos anos no Brasil. A observação mostra que esse acontecimento extrapola a arena política, onde os candidatos duelam pela preferência do eleitor, e alcança a sociedade, dividindo-a em dois polos antagônicos. Somado a um fenômeno de bolhas ideológicas — potencializado pelas redes sociais *online* —, quando não se produz mais o consenso, e sim o dissenso, nenhum dos lados do espectro político-ideológico modera seu discurso e aceita fazer concessões ao diferente para retomar o diálogo.

Tendo em vista que esse debate mais acalorado não fica circunscrito somente a militantes mais ativos — tanto no ambiente *online* como nas manifestações públicas em defesa de suas bandeiras —, importa percebermos como o cidadão comum, alheio aos movimentos e agendas ideológicas, é informado e se comporta nesse ambiente conflagrado.

Segundo a teoria da agenda, como vivemos em uma sociedade de massa complexa em sua organização, na maioria dos casos, torna-se impossível para o grande público ter informações de primeira-mão, ser testemunha ocular de acontecimentos que, por certo, direta ou indiretamente, afetam a sua vida e, no futuro, podem ser instados a tomarem decisões sobre esses acontecimentos. São os casos, por exemplo, da política, da economia, da segurança pública, saúde, educação, entre outras grandes áreas. Nesse quadro, as informações chegam por intermédio dos grandes veículos de comunicação. Estes veículos, por sua vez, seguindo conceitos subjetivos, proporcionam aos receptores das mensagens relatos jornalísticos que se constituem como um fragmento da realidade, um retrato, uma reconstituição do fato de segunda-mão oferecido ao leitor, ouvinte ou telespectador.



Com efeito, pelo grau de comprometimento que os *mass media* têm na criação das "imagens em nossas cabeças" — definição de Lippmann (2008) — relativas a acontecimentos do cotidiano social, é necessário ficarmos atentos às linhas editoriais adotadas pelos veículos de imprensa e também às suas relações — e eventuais interesses por trás delas — com políticos, empresários, organizações, movimentos sociais e grupos de interesse —, no sentido de direcionar a opinião pública a um objetivo comum entre eles. Como pano de fundo dessa chamada de atenção, encontram-se as duas ideologias que abarcam posicionamentos e visões de mundo distintas: a direita e a esquerda.

Costumeiramente, entende-se por esquerda, de acordo com Bobbio (1995), a defesa da igualdade e pela qual se pode sacrificar a liberdade; e a direita se posiciona no sentido de preferir a liberdade — de expressão e econômica, principalmente —, abrindo mão, se necessário, do princípio da igualdade. Ou seja, a esquerda prioriza ideias pelas quais entende que conseguirá a justiça social, e, para esse fim, o Estado tem papel fundamental em proporcionar a igualdade social e redistribuição de renda. Já a direita acredita na liberdade do indivíduo e, a partir dessa liberdade, em uma sociedade de livre mercado (*free market society*), as pessoas se tornam agentes das mudanças em suas vidas, reduzindo a dependência do Estado. Com efeito, a direita segue o liberalismo econômico enquanto a esquerda é mais intervencionista e dirigista.

Embora conceitos que possibilitem margem para questionamentos, direita e esquerda são terminologias usadas como referência para a definição de defesas adotadas em discussões no cotidiano comum — quando a pauta é segurança, por exemplo, com a discussão de leis mais duras e repressão à criminalidade ou, em oposição, modelos de ressocialização e progressão de pena —, ou em questões mais complexas, que exigem maior bagagem filosófica, como a teoria da política — o Estado deve interferir na economia de modo a corrigir eventuais distorções no mercado ou esta intervenção seria ainda mais danosa à população?

A imprensa, que, ao longo de sua evolução, se estabeleceu como mediadora do debate público, não fica alheia às ideologias. Se, nos seus primórdios, os jornais poderiam ser vistos como extensões ideológicas de grupos político-partidários e eram rotulados por isso, hoje, em grande medida, os veículos procuram não se identificar

como de direita ou de esquerda. Ao invés disso, buscam, sempre que podem, destacar que ressaltam a pluralidade de ideias em suas publicações.

No nosso modo de ver o quadro, essa postura é perigosa porque os receptores, em um exame preliminar, ao se depararem com essa aludida isenção e neutralidade por parte do veículo, podem estar tomando como verdade um relato jornalístico que pode estar enviesado, construído com a intenção de se enquadrar a uma narrativa para favorecer e municiar a esquerda ou a direita no embate ideológico. Ou seja, nessa hipótese aventada, estariam avançando à tese clássica do agenda-setting de que a mídia não diz somente *como* pensar, mas *o que* pensar. Dessa forma, estariam enquadrando o noticioso para induzir determinada interpretação. Isso aconteceria porque as notícias têm uma aparência de objetividade e neutralidade e, assim, seus enquadramentos tendem a ser mais aceitos do que as mensagens contidas nos editoriais e outros formatos onde a opinião impera.

Essas questões apontadas nesta exposição inicial servem para nos conduzir ao nosso problema de pesquisa deste trabalho acadêmico: de que forma as bandeiras atribuídas à direita e à esquerda são agendadas editorialmente pelas instituições jornalísticas? Para respondermos essa indagação, o presente estudo tem por objetivo geral identificar como a maior revista de circulação nacional, a Veja, agenda seus leitores com pautas direcionadas a um viés de direita ou de esquerda.

Especificamente, buscaremos caracterizar qual o pseudoambiente (*ver conceito no cap. sobre teoria da agenda*) construído pela revista e apresentado à opinião pública sobre a delação dos executivos da *holding* J&F, dona do frigorífico JBS, assinada com a Procuradoria Geral da República (PGR) no âmbito da Operação Lava Jato. Outra finalidade é identificar os elementos que formam o enquadramento nas publicações gerado por Veja no recorte de tempo estipulado na amostragem. E, por fim, após o exame das informações trazidas e do enquadramento, buscaremos indicar se houve agendamento ideológico e direcionamento das pautas, à direita ou à esquerda, pela revista.

Inicialmente, trabalhamos com a hipótese de que a posição da empresa jornalística é demarcada pela escolha das pautas e pelo tratamento editorial que elas recebem, já que um fato pode ser ignorado pela edição ou ser abordado conforme o viés defendido pela empresa. Esse fato nos leva a nossa segunda hipótese: de que

as publicações constroem um ambiente, consciente ou inconscientemente, de informações e o apresenta ao leitor, que pode ficar sujeito à influência do veículo e construir sua visão de mundo a partir dele se não buscar outras fontes de informação. Além disso, que diversos mecanismos — como palavras-chave, metáforas, analogias, números e imagens visuais — são usados pela imprensa para dar peso à mensagem e facilitar a assimilação da mesma pela audiência. Por fim, em relação ao fato concreto — a delação da JBS — supomos, em análise inicial, que a revista Veja, embora adote um tom duro contra o Palácio do Planalto, aponta a necessidade de se aprovar as reformas trabalhista e previdenciária por serem agendas de Estado e não de governo, além de que, se o presidente sair, que sua substituição ocorra dentro dos limites e determinações constitucionais.

Tal estudo se mostra necessário porque a mídia, onipresente, se estabeleceu como uma mediadora de discursos em todos os campos sociais. Ela tem significativa parcela de influência na formação na opinião pública, haja vista que a pauta midiática, como mostram pesquisadores do *agenda-setting*, tem grandes chances de ser incluída pelo público em sua agenda de preocupações. Por esse motivo, acreditamos ser pertinente verificar como a orientação e o direcionamento ideológico empregados pelos veículos de comunicação podem fazer com que as pessoas produzam sentido sobre um fato e o levem em conta nas suas tomadas de decisões. Nesse quesito, nos estudos acadêmicos em Comunicação Social, é fundamental identificar quais métodos a imprensa usa para fazer com que o público assuma como suas, bandeiras levantadas por um empresa jornalística. Dentre esses métodos, devemos destinar especial atenção ao fato de que a opinião, que, em tese, deveria estar restrita ao gênero opinativo e bem destacada ao público, pode estar se difundindo em formatos que se pretendem mais objetivos na apresentação dos fatos noticiosos.

Após a apresentação das linhas gerais do trabalho, o capítulo seguinte apresenta um contexto geral para situar o leitor sobre i) a Veja, ii) os gêneros e iii) o formato das *newsmagazine*. Depois, temos um capítulo que esclarece o método científico que será adotado na coleta e análise de dados. Posteriormente, será reunido o referencial teórico que sustenta essa produção, subdividido em Teoria do Agendamento, do Enquadramento e as ideologias de direita e de esquerda. O quinto capítulo dedicamos à análise do material colhido para a pesquisa. E, por fim, o capítulo derradeiro reúne as considerações finais deste estudo.

## 2 CONTEXTO GERAL

O capítulo a seguir tem como objetivo situar o leitor sobre a revista (história, influência e colocação no mercado editorial), bem como orientar a leitura com a caracterização dos gêneros e formatos jornalísticos e, em especial, o formato das *newsmagazines*. Entendemos essa ser uma forma de, *a posteriori*, facilitar a apreciação do estudo.

### 2.1 A Veja

A revista Veja é uma publicação semanal do Grupo Abril, um dos maiores e mais influentes grupos de comunicação e distribuição da América Latina, que produz conteúdo em diversas plataformas e opera com base em dois principais segmentos empresariais: a Abril Mídia, que concentra os negócios da Editora Abril (que edita a Veja), da Abril Gráfica e do CasaCor; e a DGB, *holding* de Distribuição e Logística (GRUPO ABRIL, 2017).

A Veja foi lançada no mercado brasileiro no dia 11 de setembro de 1968. A revista foi a primeira semanal de notícias a adotar o formato da americana *Time* no Brasil. Seu projeto começou a ser idealizado pela editora no início da década de 1960, com o objetivo de criar uma revista ilustrada — por isso o nome Veja — semelhante às norte-americanas *Look* e *Life*, à francesa *Paris Match* ou à italiana *Oggi* e concorrer com a brasileira *Manchete*. Porém, em função da crise política no Brasil em 1961, o projeto foi adiado e retomado apenas 1967. Levou um ano de estudo e planejamento até que a publicação fosse lançada (ALMEIDA, 2008).

A ideia inicial para uma nova publicação da Abril vem de navio junto com Roberto Civita, filho do fundador do Grupo Abril no Brasil, Victor Civita, que retornava ao país após anos de estudo e trabalho nos Estados Unidos. Seu entusiasmo inicial por fazer uma revista semanal ilustrada demorou a contagiar o pai (VILLALTA, 2002, p. 3).

Com a proposta estruturada, a família Civita, dona do Grupo Abril, foi ao mercado selecionar os profissionais para trabalhar no veículo. O jornalista genovês e radicado no Brasil Mino Carta foi convidado para ser o diretor de Redação. Conforme Almeida (2008), de início houve um impasse entre Carta e os Civita quanto à autonomia editorial. A resolução foi no seguinte sentido: o diretor de Redação tinha independência para fazer a revista, mas não autonomia editorial; as linhas editoriais defendidas pela família deveriam ser seguidas por Carta.

Após seu lançamento, segundo Villalta (2002), o modelo decepcionou os anunciantes em sua versão brasileira pelas sucessivas quedas em suas tiragens.

A reação do público também não foi favorável ao produto: em 1968, o público consumidor de revistas estava acostumado com dois tipos de publicações: as semanais ilustradas, representadas por *Manchete* e o modelo de revista de economia e política da internacional *Visão*. Veja vinha com uma proposta diferente para os padrões brasileiros, “abria um verdadeiro leque, passava a se interessar por tudo” (VILLALTA, 2002, p. 7).

Para Mino Carta, a dificuldade para se implementar esse modelo de revista no mercado nacional residia no fato de o público-leitor não estar acostumado com uma publicação de pequeno formato e muito texto que, além de informativo, propunha uma perspectiva dos acontecimentos da vida nacional. Mas o fator decisivo, para ele, dizia respeito ao fato de o mundo viver, à época, um momento de inquietações e o Brasil estar sob um regime ditatorial — a revista surgiu três meses antes do governo militar editar o Ato Institucional nº 5, que, entre outras medidas, instituiu a censura prévia à imprensa (VILLALTA, 2002).

A consolidação da revista junto ao mercado consumidor levou alguns anos para acontecer. Os resultados positivos começaram a acontecer quando aconteceu uma reforma editorial: a publicação passou a dar maior destaque à cobertura da política nacional.

Veja descobriu seu caráter nacional com a cobertura de política. Buscaria o furo, teria de ser corajosa e independente. Daria o sentido dos acontecimentos e, com isso, encontrou a fórmula de revista semanal de informação brasileira (ALMEIDA, 2008, p. 30).

Conforme Almeida, formato dos textos também vem dessa época, com o uso do adjetivo, apuração minuciosa e cuidado com o texto; a preocupação com a descrição e os detalhes passou a ser fundamental. De acordo com Villalta (2002), o veículo, amparado em concepções técnicas, mercadológicas e conceituais dos modelos das revistas *Time* e *Newsweek*, se firmou “no contexto da organização capitalista da cultura, como um produto cultural em sintonia com o projeto de modernização do Brasil através da implantação definitiva do capitalismo” (VILLALTA, 2002, p. 12). A estabilização da revista no Brasil ocorreu a partir de 1976, quando passou a operar com um número médio de 170 mil exemplares por semana. No começo do referido ano, porém, a publicação perdeu seu diretor de redação. Mino Carta saiu em um processo que, até hoje, conta com duas versões conflitantes: o jornalista alega que sua saída ocorreu de forma negociada em troca do fim da censura, enquanto que Roberto Civita alega que Carta rompeu o acordo no sentido de sair da linha editorial estabelecida pelo Grupo Abril. A carta de demissão foi entregue a Victor Civita em 17 de fevereiro de 1976 (ALMEIDA, 2008).

Já sob a direção do jornalista José Roberto Guzzo, dois anos mais tarde, a Veja passou por uma reforma gráfica, quando foi introduzido definitivamente o uso da cor em todas as suas imagens.

Em 1979, o Élio Gaspari passa a trabalhar em sintonia com Guzzo e atribui-se à dupla o novo estilo de talento que se potencializou. Gaspari foi responsável pela redação dos principais textos desta fase: o Caso Baungartem, a doença, agonia e morte de Tancredo Neves, dentre outros. Nesse período José Roberto Guzzo trabalha diretamente na seção de Economia e Negócios. No começo da década de 80, a revista Veja alcança 400 mil exemplares/semana, com 340 mil assinantes. O parque gráfico da Editora Abril torna a ser modernizado com a aquisição de novas máquinas e com um reajuste na distribuição de suas publicações (VILLALTA, 2002, p. 13).

Durante seus 49 anos de história, o veículo contou apenas com seis diretores de Redação: Mino Carta, José Roberto Guzzo, Mario Sergio Conti, Tales Alvarenga, Eurípedes Alcântara e André Petry (atual).

Atualmente a Veja conta com 1.208.916 em circulação total (revista impressa + digital), segundo dados do Instituto Verificador de Comunicação atualizados em setembro de 2017 (VEJA, 2017, texto digital). Conforme a publicação, a revista é a maior entre as semanais de informação do Brasil e a segunda maior no mundo, alcançando toda semana mais de 6 milhões de leitores no impresso e no digital.

O site da revista lançado em abril de 1996 e, cinco anos mais tarde, juntamente com outros títulos da editora Abril, passou a fornecer o conteúdo da revista e de cobertura de eventos por meio de *sites* WAP, aplicativos para Palm e por SMS. Em comemoração aos seus 40 anos, no final de 2008, a Veja lançou o portal Acervo Digital VEJA, disponibilizando todas as edições da revista para leitura *online*. No meio digital também, como forma de agregar conteúdo exclusivo aos assinantes, o veículo passou a disponibilizar um novo modelo de interação que soma o conteúdo digital ao impresso utilizando a tecnologia de realidade aumentada, por meio do aplicativo Blippar e sinalizado em suas páginas como MV, de *Mobile View* (OLIVEIRA; KNEIPP, 2016). Do público leitor, 54% são mulheres e 46%, homens. Quanto à classe social, 58% pertencem às classes AB (VEJA, 2017, texto digital). Conforme Kucinski (*apud* VILLALTA, 2002), a Veja se estabeleceu como um hábito porque

[...] as revistas semanais ilustradas preenchem no Brasil uma necessidade importante de leitura, devido à sua longevidade e alcance nacional, especialmente entre as classes médias, que não compram jornais diários. Ao contrário dos jornais, possuem um universo grande e próprio de leitores, distinto do universo dos protagonistas das notícias, e mantém com esse público um forte laço de lealdade (KUCINSKI *apud* VILLALTA, 2002, p. 13).

Apresentada a revista, vamos contextualizar os gêneros e formatos jornalísticos na próxima seção deste capítulo de contextualização.

## 2.2 Dos gêneros e formatos

Os gêneros jornalísticos servem para orientar os leitores ao lerem jornais e revistas ou quando assistem o noticiário pela TV ou o escutam pelo rádio. Os gêneros servem, também, como um diálogo entre o veículo e seu público. Tem a função de identificar uma determinada intenção do texto — escrito ou falado —, qual seja: informar, opinar, interpretar ou divertir. A classificação das manifestações jornalísticas é objeto de instigante debate entre estudiosos tema. As diferentes formulações teóricas postuladas se explicam em razão dos múltiplos lugares de observação em

que se situam os estudiosos desse campo. Todos, no entanto, têm o mesmo objetivo: compreender como a imprensa se articula. Nesse propósito, arriscam-se a dar nomes e atribuir *status* às muitas classes textuais que jornalistas e colaboradores regularmente produzem. Um consenso entre os autores que se dedicam a exercícios classificatórios é: o trabalho jornalístico, em sua organização e sistematização, subdivide-se em pelo menos dois estágios: os gêneros e os formatos (MARQUES DE MELO; ASSIS, 2016).

Conforme demonstra Moura Filho (2015), no Brasil, três autores têm seus estudos sobre essa temática mais visitados: Luiz Beltrão (1980), pioneiro no tema no país, o precursor da categorização de relatos jornalísticos, estudioso principalmente do gênero opinativo; José Marques de Melo, cuja tese de doutoramento sobre jornalismo opinativo é considerada um marco, devido à amplitude e ao aprofundamento, além de proporcionar tipificação específica dos relatos jornalísticos; e Manuel Chaparro (1998), que, ao realizar uma pesquisa comparada entre jornais brasileiros e portugueses, termina por discordar do binômio entre opinativo e interpretativo — centro dos trabalhos de Beltrão e Marques de Melo. Chaparro coloca como intermediário, entre os gêneros informativo e opinativo, o gênero interpretativo.

Marques de Melo e Assis (2016) anotam que os gêneros e seus formatos enquadram-se dentro de uma ampla gama de processos comunicacionais, especialmente no que se refere aos fluxos de distribuição de mensagens midiáticas. Entre as principais funções dos meios de comunicação, eles elencam (ps. 45-46): informação; correlação (interpretação de significados e sugestão de rumos); continuidade (fortalecimento de valores consensuais); entretenimento; e mobilização. Com efeito, concluem que os gêneros jornalísticos correspondem a um sistema de organização do trabalho jornalísticos, a partir das formas de expressão adotadas nas empresas. “Consistem, acima de qualquer taxionomia, em motores da indústria jornalística, que a movimentam segundo as expectativas dos consumidores de informação sobre a atualidade” (MARQUES DE MELO; ASSIS, 2016, p. 49). Em síntese:



O campo da comunicação é constituído por *conjuntos* processuais, entre eles a comunicação *massiva*, organizada em *modalidades* significativas, inclusive a comunicação periodística (jornal/revista). Esta é estruturada, por sua vez, em categorias funcionais, como é o caso do jornalismo, cujas unidades de mensagem se agrupam em *classes*, mais conhecidas como *gêneros*, extensão que se divide em outras, denominadas *formatos*, os quais, em relação à primeira, são desdobrados em espécies, chamadas *tipos* (MARQUES DE MELO *apud* MARQUES DE MELO; ASSIS, 2016, p. 41).

Ainda no plano teórico, é possível adotar a seguinte linha de raciocínio para a compreensão do papel dos gêneros:

O funcionalismo faz dos gêneros uma espécie de “cavalo de batalha”, à medida que eles se estruturam refletindo as funções sociais básicas assimiladas pelos meios de Comunicação e atualizadas de acordo com as transformações sociais. Assim sendo, seus conteúdos são moldados por categorias funcionais (entre elas o Jornalismo) que se reproduzem em classes (ou gêneros), por sua vez organizadas em formas de expressão com certas características comuns (formatos) e subdivididas em espécies (tipos) (MARQUES DE MELO; ASSIS, 2016, p. 45).

Na próxima seção, esmiuçamos os gêneros a partir da classificação do pesquisador José Marques de Melo, uma das mais difundidas e adotada como referência no Brasil.

### 2.2.1 Classificação de Marques de Melo

Para chegar a seu modelo, o autor ressalta duas características básicas que definem um gênero, quais sejam: a aptidão para agrupar diferentes formatos e sua função social.

Os gêneros refletem aquilo que os cidadãos querem e precisam saber/conhecer/acompanhar, porque justamente nos gêneros esse público encontra respaldo para suas ações cotidianas ou, mesmo, para o exercício da cidadania. Atender às finalidades condensadas nessas cinco vertentes (**a saber: informativo, opinativo, diversional, interpretativo e utilitário**) é a razão de ser do trabalho da imprensa, que foi se construindo ao passo do próprio desenvolvimento da sociedade. (MARQUES DE MELO; ASSIS, 2016, p. 49-50, *trecho entre parênteses e grifos nossos*).

Na visão do referido autor, em consequência, o formato jornalístico é o modelo de construção da informação. Essa construção, descreve, ocorre por meio de parâmetros estruturais para cada forma (aspectos textuais, procedimentos e particularidades de cada unidade). Isto posto, Marques de Melo classifica os

gêneros e a distribuição de formatos dentro de cada um dos gêneros da seguinte forma:

### **1. Gênero informativo**

Nota  
Notícia  
Reportagem  
Entrevista

### **2. Gênero opinativo**

Editorial  
Comentário  
Artigo  
Resenha  
Coluna  
Caricatura  
Carta  
Crônica

### **3. Gênero interpretativo**

Análise  
Perfil  
Enquete  
Cronologia  
Dossiê

### **4. Gênero diversional**

História de interesse humano  
História colorida

### **5. Gênero utilitário**

Indicador  
Cotação  
Roteiro  
Serviço

No tópico subsequente, buscamos caracterizar — de forma sintética, sem a pretensão de esgotar a discussão teórica — os gêneros e formatos acima elencados.

## **2.3 Gêneros**

### **2.3.1 Gênero informativo**

Conforme síntese apresentada por Costa (2010), após visitar entendimentos de diversos autores, o gênero informativo — ou jornalismo informativo, como refere-se na conclusão — é o resultado da articulação que existe, do ponto de vista

processual, entre os acontecimentos que surgem da realidade social e sua expressão jornalística na forma de relato noticioso. Esse relato, por sua vez, visa informar o receptor do que se passa na realidade. E essa informação chega por meio dos formatos *nota*, *notícia*, *reportagem* e *entrevista*.

Nota, notícia e reportagem distinguem-se entre si pela progressão dos acontecimentos. Em um quadro expositivo, Costa (2010) apresenta que **nota** se configura por um relato do acontecimento que ainda está em processo de configuração. De acordo com ele, no caso deste formato, nem todos os elementos da notícia (ação, agente, tempo, lugar, modo, motivo) são conhecidos do jornalista. “Trata-se de um ‘furo’: antecipação de um fato que pode gerar notícia. [...] É mais frequente no rádio, na televisão e na internet” (COSTA, 2010, p. 55).

Para Tresca (2010), nota é uma notícia curta. A autora ainda aponta que não é possível definir nota sem o uso da noção de notícia, pois ambos os formatos não possuem caráter opinativo. Porém, segundo ela, a notícia tem como elemento diferenciador a extensão maior do texto.

Já a **notícia**, contextualiza Costa (2010), além das já citadas semelhanças com a nota, representa o relato puro e simples do fato apurado, sem juízo de valor ou acréscimo de opinião do jornalista. Em tese, a notícia fundamenta-se pela exatidão entre o acontecimento e o relato narrado que chega ao receptor. Para isso, deve responder necessariamente as perguntas do chamado *lead* jornalístico, quais sejam: que? Quem? Onde? Quando? Como? Por quê?

O *lead* — tanto na nota, como na notícia e na reportagem — objetiva introduzir o leitor ao texto e despertar seu interesse já nas linhas iniciais, seja com uma revelação, uma ideia significativa ou declaração de impacto do personagem, um fato curioso ou polêmico. O formato da notícia, “narrado em ‘pirâmide invertida’, compõe-se de duas partes: ‘cabeça’ (*lead*) e corpo (*body*). Privilegia o ‘clímax’ (sensação) evitando a ‘cronologia’ (nariz de cera)” (COSTA, 2010, p. 55).

Passando à definição de **reportagem**, Costa — ancorado no entendimento de Nilson Lage (2001) —, marca uma diferença entre notícia e reportagem: a primeira aborda fatos, e a segunda, assuntos. Por isso, infere-se que a reportagem é um trabalho de maior apuração, por parte do jornalista, das nuances e implicações dos

fatos narrados em notícias; dá maior amplitude aos possíveis desdobramentos do caso. Em síntese:

Trata-se do aprofundamento dos fatos de maior interesse público que exigem descrições do repórter sobre o “modo”, o “lugar” e “tempo”, além da captação das “versões” dos “agentes”. De autoria originalmente individual, esse formato converteu-se em trabalho de equipe (COSTA, 2010, p. 55)

Último formato dentro do gênero informativo, a **entrevista** é descrita por Costa como uma técnica de coleta de informações imprescindível ao ofício do jornalismo, legitimada em diversas mídias, desde às redações jornalísticas até a produção acadêmica. Especificamente, a entrevista é um relato que privilegia a visão de um ou mais protagonistas de um acontecimento. “Configura uma espécie de relato da alteridade, dando ‘voz’ aos ‘elegantes’ da cena jornalística. O repórter assume a função de ‘mediador’, assumindo empaticamente o papel de ‘intérprete’ do receptor” (COSTA, 2010, p. 55). Tresca (2010), ancorando-se no manual de redação da Folha de S. Paulo, complementa que a maioria das notícias têm a entrevista como sua matéria-prima — embora nem sempre isso fique claro.

### 2.3.2 Gênero opinativo

Conforme lembra Marques de Melo (2003), os primeiros veículos de imprensa eram baseados no jornalismo opinativo, por serem, em sua maioria, produzidos por somente uma pessoa. Porém, expõe que, ao longo dos anos, o processo de expressão de opinião na imprensa se modificou: os veículos saíram de seu *modus operandi* como empreendimento individual e transformaram-se em instituições voltadas ao mercado. Com esse fenômeno, por mais que a instituição jornalística tenha uma orientação, a manifestação da opinião passou a ser heterogênea; a expressão da opinião ficou mais fragmentada, seguindo tendências diversas e até mesmo conflitantes.

Dessa fragmentação, percebe Marques de Melo, organizaram-se quatro núcleos emissores de opiniões: a empresa, o jornalista, o colaborador e o leitor. Ato contínuo, desses quatro núcleos resultaram oito formatos: *editorial*, *comentário*, *artigo*, *resenha*, *coluna*, *crônica*, *caricatura* e *carta*. Conforme o pesquisador, a opinião da empresa é percebida na orientação editorial do veículo e, mais especificamente, no editorial. Por outro lado, a opinião do jornalista apresenta-se nos comentários, em

resenhas, colunas, crônicas, caricaturas e artigos. Já a opinião do colaborador (personalidades representativas da sociedade que buscam espaços na imprensa para opinar sobre a vida político-social) manifesta-se na forma de artigos. E, por fim, a opinião do leitor pode ser expressada através de carta.

Uma questão pertinente, aqui: diversos autores levantam como problemática dificuldade de separar a opinião da informação, ao passo que criticam a divisão entre jornalismo informativo e jornalismo opinativo. Tal debate receberá maior aprofundamento, neste trabalho, na seção destinada a tratar especificamente do formato das *newsmagazines*, porque entendemos as revistas como publicações que mais misturam opinião e informação. Isto posto, passamos a caracterizar os formatos do jornalismo opinativo.

O **editorial** é o formato que expressa a opinião oficial da empresa diante dos fatos de maior repercussão. Popularmente, recorda Marques de Melo, se diz que o editorial contém a opinião do dono empresa, algo que, presume-se, seria verdade nas organizações de pequeno e médio porte, em que o controle financeiro ficaria nas mãos de um proprietário ou de sua família. Mas a relação pode ser mais complexa, com o editorial expressando, desse modo, a opinião do conjunto de forças que mantém a instituição jornalística, dentre eles proprietários, jornalistas, acionistas, anunciantes e leitores. Até por isso, inferem Marques de Melo e Assis (2016), o editorial não é assinado, já que registra um posicionamento institucional.

Também formato opinativo, o **comentário** é um instrumento utilizado para explicar as notícias, suas circunstâncias e consequências. Nem sempre emite opinião explícita, haja vista que o julgamento dos fatos é percebido na medida em que se acompanha o raciocínio do comentarista. Como traz Costa (2010), sua estrutura é organizada em duas partes: na primeira o autor sintetiza o fato para situar o leitor sobre o tema, e na segunda o articulista desenvolve a argumentação sugerindo o julgamento do fato. O autor entende que o comentário é um texto mais próximo do artigo — por ser temático, analítico e argumentativo, que se encerra com a valoração de um fato — do que da coluna — esta mais abrangente na exposição dos relatos. Quanto ao comentarista, é um “especialista em análises e comentários sobre fatos econômicos, políticos, sociais e desportivos em programas especializados, telejornais etc.” (BARBOSA; RABAÇA *apud* COSTA, 2010, p. 58).

Já sucintamente abordado, o **artigo** é considerado por Marques de Melo (*apud* COSTA, 2010) como o gênero que democratiza a opinião, pois nele o veículo abre espaço aos mais diversos atores influentes da sociedade para que estes possam expor seus pontos de vista. O artigo possui características semelhantes as do editorial no que tange à topicalidade, estilo e natureza. Porém, sua estrutura é mais livre. O artigo confere ao seu autor uma grande liberdade de expressão quanto ao tema, juízo de valor que faz e a forma de expressão.

Adentrando nas características da **coluna**, Barbosa e Rabaça (*apud* RÊGO; AMPHINO, 2010, p. 104) descrevem que o formato é “a seção especializada de jornal ou revista, publicada com regularidade e geralmente assinada, redigida em estilo mais livre e pessoal do que o noticiário comum”. Marques de Melo (*apud* RÊGO; AMPHINO, 2010, p. 104) subdivide o colunismo três partes pelos aspectos: i) o colunismo atende a uma necessidade de satisfação substitutiva existente no público leitor; ii) tem a função de “balão de ensaio” por insinuar fatos, lançar ideias e sugerir situações, com a finalidade de avaliar repercussões; e iii) alimentando a vaidade de pessoas importantes, o colunismo oferece modelos de comportamento.

A **resenha**, por sua vez, corresponde a avaliação de uma obra; tem por finalidade orientar os apreciadores sobre a qualidade da obra resenhada — um filme, uma série de televisão, um álbum musical etc. De acordo com Rêgo e Amphino (2010), o formato ainda está em processo de evolução na imprensa brasileira, pois aparece diversas formas — às vezes mais simples e outras mais aprofundadas.

Por vezes, nos jornais considerados mais populares, resenha aparece poucas vezes e, em algumas delas, aproxima-se do roteiro, enquanto um pequeno comentário de um filme, ou peça teatral, com o objetivo de consumo de bens culturais (RÊGO; AMPHINO, 2010, p. 103).

No que tange à **crônica**, o formato textual é definido por Rêgo e Alphinho (2010) como algo no qual o jornalista/escritor recorre para transmitir ao leitor seu juízo sobre fatos, ideias e estados psicológicos pessoais e coletivos. Resgatando definição de Marques de Melo, os pesquisadores escrevem que a atividade dos cronistas estabelece a fronteira entre a logografia (o registro de fatos mesclados com lendas e mitos) e a história narrativa (descrição de ocorrências baseadas nos princípios de verificação e fidelidade). Dessa forma, a crônica assume um caráter de relato sobre

feitos, cenários e personagens a partir da observação do narrador ou informações coletadas junto a protagonistas ou testemunhas oculares.

Passando à **caricatura**, Rêgo e Amphino (2010) avaliam que, enquanto gênero jornalístico, ela cumpre uma função social de motivar o leitor. Além disso, é um eficaz instrumento de persuasão. Conceitualmente, os autores definem caricatura como uma forma de ilustração absolvida pela imprensa como recurso para reforçar o jornalismo opinativo, já que o formato é utilizado para ridicularizar, satirizar e criticar personagens e fatos, por exemplo. Conforme Marques de Melo (*apud* RÊGO; AMPHINO, 2010), há várias formas de caricatura: a caricatura propriamente dita; a *charge*, como crítica humorística de um fato; o *cartoon* e o *comic* (histórias em quadrinho).

Por fim, o gênero opinativo ainda possui o formato **carta**. Este é o primeiro formato a possibilitar a expressão da audiência. Conforme o entendimento de Rêgo e Amphino (2010), a seção cartas confere aos veículos de comunicação a oportunidade de conhecer o pensamento de seu público, além de trazer diversas formas de interatividade, com vistas a tornar o relacionamento mais próximo entre a empresa de comunicação e os receptores de suas mensagens.

### 2.3.3 Gênero interpretativo

Conforme nos apresentam Costa e Lucht (2010), o marco para o surgimento do jornalismo interpretativo, no Brasil, foi a criação do Departamento de Pesquisa e Documentação do *Jornal do Brasil*, implementado pelo jornalista Alberto Dines na década de 1960. Mário Erbolato (*apud* COSTA; LUCHT, 2010, p. 109) relaciona o citado departamento ao surgimento da TV no país — ambos são contemporâneos. Pontua que a TV também teve papel importante para a formulação teórico-prática do gênero interpretativo: “obrigou o resto da veiculação a apressar-se para entrar em seu ritmo e satisfazer às novas necessidades que criou”.

Com isso, os jornais impressos tiveram que adaptar as suas estratégias editoriais, optando por veicular reportagens de forma a complementar o que o público ouviu no rádio ou assistiu pela televisão. Resultado disso foi o surgimento do jornalismo interpretativo, que não se contenta “com um relato mais ou menos perceptivo do que está acontecendo, mas busca um aprofundamento (LEANDRO; MEDIDA *apud* COSTA; LUCHT, 2010, p. 110); é um “esforço de determinar o sentido

de um fato, através da rede de forças que atuam nele — não a atitude de valoração desse fato ou de seu sentido, como se faz em jornalismo opinativo (IBIDEM, p. 110).

Uma diferença objetiva que os autores, acima citados entre aspas, estabelecem: enquanto o informativo registra o *aqui*, o *já*, a reportagem interpretativa determina um sentido mais amplo, reconstituiu *temporalmente* o fato, e, no âmbito temporal, não deixa o texto datado. Ou seja, “deixa os limites do acontecer para o estar acontecendo atemporal ou menos presente” (LEANDRO; MEDINA *apud* COSTA; LUCHT, 2010, p. 111). Para que tal ampliação e aprofundamento seja alcançado, os estudiosos sugerem que sejam acrescidas às indagações do *lead* jornalístico questões como: “em que contexto? Com que raízes? E com que envolvimento humano? (IBIDEM, p. 111).

Citando obra de Beltrão, *Jornalismo Interpretativo: filosofia e técnicas* (1976), Costa e Lucht (2010) lembram que a interpretação jornalística é atitude de ofício do jornalista. Neste sentido, Beltrão parece assumir que a interpretação se disfarça em opinião do jornalista. Porém, em outro trecho, estabelece limites entre interpretar e opinar: “Se o jornalista ultrapassa os limites da busca do sentido das forças que atuam em uma situação, [...] estará em pleno domínio da opinião” (BELTRÃO *apud* COSTA; LUCHT, 2010, p. 112).

Quanto aos formatos, o gênero interpretativo comporta *análise, perfil, enquete, cronologia e dossiê*. O **perfil**, conforme Dias et al (*apud* COSTA; LUCHT, 2010), compreende em uma apresentação das características do personagem focado e possui a finalidade de apresentar ao público como aquele personagem se comporta perante a fatos do cotidiano, perante à sociedade. Sodré e Ferrari (1986), também citados por Costa e Lucht, complementam que o perfil é um texto que dá protagonismo à história de vida do personagem, ao passo que Villas Boas (*apud* COSTA; LUCHT, 2010) considera o perfil como um formato adequado para expressar a trajetória, mesmo que de forma sintética, do perfilado ao permitir a incorporação num texto descritivo de trechos descritivos.

Já o formato **análise** compreende em um texto no qual é apresentado, ao leitor, dados complementares para que ele possa ter maior compreensão dos fatos. A informação, neste caso, é analisada pelo autor do texto. Antes de debruçar-se sobre



o conceito desse formato, Costa (2010) levanta um problema de que alguns formatos do gênero interpretativo carecem de uma definição mais aprofundada — como são os casos, além da análise, do dossiê, enquête e cronologia. O pesquisador relembra que, no manual de redação da Folha de S. Paulo (2001), análise aparece como um princípio, e não uma modalidade de texto; que o texto com função de análise é publicado como instrumento de apoio a uma reportagem principal, a fim de enriquecê-la. Já Antonio López Hidalgo (2002), visitado por Costa (2010), considera a análise como um “gênero jornalístico autônomo, porque contém características próprias e suficientes para diferenciar-se de outros textos limítrofes, como a crônica, o editorial o artigo e a coluna” (p. 67).

Adentrando às características da **enquete**, Dias et al (*apud* COSTA, 2010, p. 67) diz que “corresponde ao espaço dedicado a informação que seja interpretada pelo entrevistado de forma rápida e sucinta”. Por outro lado, Beltrão (1980, *apud* COSTA, 2010) diverge desse entendimento. O autor não vê interpretação; considera que a enquete é um espaço de opinião do leitor. Costa, então, recorre a Marques de Melo para harmonizar o formato. Sintetiza-o como:

Relato das narrativas ou pontos de vista de cidadãos aleatoriamente escolhidos. Tanto pode ser restrita aos "olimpianos" quanto abrangente, incluindo os "cidadãos comuns". Destina-se a acionar os mecanismos psicológicos de "projeção" ou "identificação" (COSTA, 2010, p. 68).

Próximo formato interpretativo, a **cronologia** é definida como um “complemento da informação principal (seja ela reportagem ou notícia), com dados cronológicos dos acontecimentos” (DIAS et al *apud* COSTA; LUCHT, 2010, p. 115), destinada a reconstruir o fluxo das ocorrências, para permitir melhor compreensão pelo receptor.

Por último, o **dossiê**, é apresentado na literatura de Marques de Melo (*apud* COSTA, 2010, p. 68) como um mosaico destinado a facilitar a compreensão dos acontecimentos noticiosos, uma condensação de dados dispostos em “boxes” nas produções jornalísticas, ilustrados com gráficos ou tabelas. O autor ressalta que trata-se de uma matéria que objetiva complementar as narrativas principais de uma edição ou celebrar efemérides.

### 2.3.4 Gênero diversional

Costa (2010) nos lembra que, apesar de remeter, à primeira vista, à diversão e ao entretenimento, não é essa a conceituação do gênero diversional. Ele está relacionado ao *New Journalism* americano — um jornalismo “de evasão, cultivado pela *in-cultura* contemporânea: a interpretação adulterada ou pessoal e interessada” (BELTRÃO *apud* COSTA, 2010, p. 73). No Brasil este formato é mais conhecido como jornalismo literário, que, segundo Werneck (*apud* COSTA, 2010), é um jornalismo que busca tornar a informação mais saborosa, enriquecendo a narrativa com recursos de ficção. Enquanto este autor parece ver a fórmula de forma positiva — chega a dizer que o jornalista, ao escrever, está “empenhado em uma indispensável empreitada de sedução” (WERNECK *apud* COSTA, 2010, p. 72) —, Beltrão tem um olhar negativo sobre a fórmula; se mostra reticente quanto a introdução da ficção junto à informação.

Coube a Marques de Melo, segundo a pesquisa realizada por Costa (2010), a discussão mais aprofundada sobre o gênero diversional. O autor chegou a colocar em xeque a existência do gênero, pois entendia que a “diversão” se tratava apenas de recurso narrativo para estreitar os laços entre a instituição jornalística e seu público. Porém, depois, orientou trabalho de Dies et al (1998), onde extrai-se o conceito do gênero e de seus formatos: *história de interesse humano* e *história colorida*.

Passando a caracterização dos dois formatos, a **história de interesse humano**, conforme elucida Costa (2010) a partir da literatura de Marques de Melo, é uma narrativa que privilegia as facetas, os traços particulares dos protagonistas. Aborda um fato que foi notícia retomado a partir de sua dimensão humana. Para suscitar o interesse do público, na construção do texto, o autor vale-se de recursos literários e ficcionais. Porém, os relatos devem primar pela verossimilhança, sob pena de perder credibilidade.

Já o formato de **história colorida** é utilizado como instrumento para descrever uma situação que envolve um fato, também empregando recursos literários, para transmitir emoções e sentimentos. A ênfase passa a ser no modo como a história se desenvolve, e não a informação; trata-se de uma leitura impressionista, para enriquecer a ação dos personagens no fato narrado (COSTA, 2010).

### 2.3.5 Gênero utilitário

Último gênero jornalístico a ser descrito nesta produção, o gênero utilitário — também conhecido como jornalismo de serviço —, tem como propósito levar ao receptor a informação que ele necessita de imediato ou que pode necessitar em algum momento. Essa informação o ajuda a tomar decisões que podem influenciar em suas ações cotidianas. Manifesta-se em seções próprias, como a divulgação de indicadores meteorológicos e econômicos, que se repetem constantemente nos mais variados meios. Também se manifesta em situações como em uma reportagem sobre economia, com dicas de investimentos, ou ainda em uma matéria de saúde, com a inserção de informações sobre prevenção de doenças. (VAZ, 2010).

Conforme Marques de Melo (*apud* VAZ, 2010, p. 128), são quatro formatos dentro do gênero utilitário. Eles são divididos em:

- *Indicador*: dados fundamentais para a tomada de decisões cotidianas. Inclui cenários econômicos, meteorologia, necrologia, etc.;
- *Cotação*: dados sobre a variação dos mercados: monetários, industriais, agrícolas, terciários;
- *Roteiro*: dados indispensáveis ao consumo de bens simbólicos; e
- *Serviço*: informações destinadas a proteger os interesses dos usuários dos serviços públicos, bem como dos consumidores de produtos industriais ou de Serviços privados.

Vaz (2010, p. 129), em sua apresentação do gênero, acrescenta mais dois formatos além dos adotados na classificação de Marques de Melo. São eles:

- *Olho*: relatos aprofundados de fatos de interesse público, que acrescentam vestígios de informações utilitárias, muitas vezes em olho ou boxes, complementando o material informativo; e
- *Dica*: informações que unem o formato reportagem (relato estendido sobre algum acontecimento) com o formato roteiro (relato resumido sobre as opções de Consumo de bens simbólicos).

Depois de inventário sobre a categorização e conceituação dos gêneros e formatos jornalísticos, a próxima seção será dedicada a tratar sobre o formato das revistas e inserir a discussão sobre a opinião nessas publicações.

## 2.4 O formato e a opinião nas *newsmagazine*

"As revistas praticam um jornalismo mais opinativo — ou praticam mais o jornalismo opinativo — que os jornais?" (BOFF, 2013, p. 189). A indagação é pertinente, e vamos discutir o porquê neste tópico do capítulo. Antes, porém, trataremos de abordar o formato das revistas e, mais especificamente, das *newsmagazine* — as revistas semanais de notícias. De acordo com pesquisa de Salomão (2010), foi na Alemanha, em 1663, que surgiu a publicação considerada como a que inaugurou o estilo revista: a *Erbauliche Monaths-Unterredungen* (Edificantes Discussões Mensais) assemelhava-se a um livro, trazia artigos sobre teologia e propunha-se a ser periódica. No mesmo período surgiram publicações semelhantes na França, Itália e na Inglaterra.

Segundo Salomão, nenhuma dessas publicações levava o nome de revista — o termo surge apenas em 1704. Já o termo *magazine*, originariamente sinônimo de lojas que vendiam mercadorias diversas, foi adotado pela primeira em 1731, em Londres, quando do lançamento da *The Gentleman's Magazine*. Porém, Ana Luiza Martins (*apud* SALOMÃO, 2010) coloca três outras publicações como as pioneiras no modo com as revistas são conhecidas hoje: *Edinburgh Review* (1802), *Quarterly Review* (1809) e *Blackwood's Magazine* (1817), editadas na Grã-Bretanha.

Boff (2013) considera, como marco do jornalismo de revista, o surgimento do formato das *newsmagazine* com a norte-americana *Time*, em 1923. A publicação instituiu e popularizou a fórmula da revista semanal de informação. Essa fórmula logo passou a ser adotada pelas demais publicações, inclusive pela *Newsweek*, principal concorrente da *Time*, em 1933. Por esse modelo, a revista passou a explorar a fundo os temas, abordando-os em texto amplos e analíticos, explorando o jornalismo interpretativo. A receita inspirou praticamente todas as revistas ao redor do mundo, inclusive a brasileiras *Veja*, alvo deste trabalho.

A partir dessa padronização entre as *newsmagazine*, é possível perceber elementos comuns a cada edição, elementos que constroem a matriz do jornalismo de revista: uma reportagem de capa (destaque nas páginas internas), uma grande entrevista, notas resumindo os principais acontecimentos da semana, colunas breves de política e economia e uma seção de frases, artigos e crônica, além do editorial da

edição. Na revista, a apuração dos fatos é mais profunda, pois presume-se que é uma publicação onde o leitor vai encontrar informações que não verá no rádio, na televisão ou na internet. Porém, como o questionamento usado na abertura da seção, há mais opinião na revista do que em outros meios. A opinião está além do editorial; surge moldando a linha editorial do veículo (BOFF, 2013).

Rêgo e Amphino (2010), embora não tratando especificamente de jornalismo de revista, levantam a questão de que “todo o discurso jornalístico é, por natureza, um discurso opinativo, mas não necessariamente um gênero de opinião” (p. 95). Os autores recordam que a separação entre opinião e informação teve início com o editor inglês Samuel Buckley, quando este resolveu separar as *news* dos *comments* no *Daily Courant*, no princípio do século XVIII. Neste mesmo século, já podia ser visto uma diferença entre a imprensa inglesa e norte-americana, moldadas pelo caminho da informação, e a francesa, mais opinativa. No Brasil, a opinião prevaleceu ante à informação até meados do século XX. A lógica começou a mudar, com as empresas de comunicação aderindo à defesa da objetividade jornalística, a partir da pragmática norte-americana de transformar a informação em mercadoria. Com isso, a opinião passou a se moldar dentro do jornalismo e a interagir com os conteúdos informativos. “Deste modo, os textos opinativos, em geral, se originam em algum acontecimento noticiado pelos textos informativos” (RÊGO; AMPHINO, 2010, p. 97).

Voltando às revistas, Boff (2013), em estudo sobre as fronteiras entre opinião e informação no meio, conduziu uma série de exercícios e reflexões para identificar como se manifestam as opiniões nas revistas. Ele separou trechos de editoriais e reportagens e os reproduziu de forma separada, propositalmente, sem os identificar como editorial ou reportagem. A proposta era que o leitor analisasse os excertos e tentasse identificar de qual natureza o fragmento era — editorial ou reportagem —, além de ver a coesão de ponto de vista entre o que diz editorial e reportagem. Ao final, o autor diz concordar, de modo geral, com a tese de Marques de Melo de ausência de fronteiras entre opinião e informação no jornalismo brasileiro

Para Boff, a opinião, sobretudo nas revistas, extrapola os limites dos editoriais e das colunas, pois considera que até o formato mais imparcial, com construção em *lead* e pirâmide invertida, está sujeito à opinião. Isto porque, para se construir a notícia, o jornalista tem que identificar, por meio de conceitos subjetivos, o mais importante a

ser noticiado. De acordo com ele, há grande resistência, entre teóricos e profissionais da Comunicação, em se admitir os traços opinativos contidos nos jornais informativos e interpretativos.

Vilas Boas (*apud* BOFF, 2013) admite que as *newsmagazines* não possuem as mesmas pretensões de objetividade e imparcialidade que os jornais. Porém, não reconhece a "opinião" no texto, mas aceita um eufemismo: "ponto de vista". De acordo com essa leitura, o ponto de vista ao qual Vilas Boas se refere não é do jornalista; é proveniente do veículo. "Em outras palavras, obedece a uma linha editorial, refletindo, portanto, a opinião que está na raiz da linha editorial – dos proprietários, dos editores, do grupo que o veículo representa" (BOFF, 2013, p. 200).

Vilas Boas, em passagem outra citada por Boff, expõe que o conceito de liberdade na construção do texto de revista depende das particularidades da matéria, e, principalmente, do ponto de vista do veículo.

Podemos falar em termos de liberdade de estilo, mas não no sentido de posição ideológica. [...] Dentro do assunto tratado, a reportagem de revista repercute um ponto de vista genérico, que poderíamos chamar de tendência, mas de forma velada (VILAS BOAS *apud* BOFF, 2013, p. 200).

Ao perceber essa relutância em admitir a opinião além dos formatos naturais de opinião, Boff se permite formular algumas conclusões. Entende que o temor que a revista tem de assumir ter opinião ocorre pelo fato de a opinião poder ser refutada com argumentos, o que tornaria a revista “de opinião” mais frágil em comparação à “de informação”. Nesse sentido, o autor apresenta uma reflexão na qual apresenta como grande problema das revistas elas disfarçarem sua opinião como informação ou interpretação.

O dilema da opinião no jornalismo de revista é justamente não reconhecê-la, tomá-la como um valor negativo. A opinião sempre faz parte da receita das revistas de informação, a tiracolo do chamado jornalismo interpretativo. Se a objetividade é um mito, o jornalismo interpretativo também pode ser entendido como tal. Interpretar é tirar conclusões, e tirar conclusões é opinar. Logo, a questão que se impõe às revistas não é opinar. O problema é querer disfarçar sua opinião de informação ou interpretação (BOFF, 2013, p. 202).

Após essa apresentação geral sobre revista, gêneros e o formato das *newsmagazines*, no capítulo abaixo trataremos as bases metodológicas que dão vazão científica ao trabalho.

### **3 MÉTODO**

A pesquisa está ancorada em método quanti-qualitativo. Quanto aos fins, o trabalho será exploratório e descritivo; no que se refere aos meios, a produção se valerá de meios bibliográficos e documentais. O capítulo também resume os critérios para escolha da amostra e para a análise de conteúdo. Nas páginas a seguir, explicaremos mais detalhadamente o método.

#### **3.1 Pesquisa qualitativa**

Pesquisadores que utilizam o método qualitativo de pesquisa, conforme Goldenberg (1998), recusam o modelo positivista aplicado ao estudo da vida social proposto por Augusto Comte. Comte defendia a unidade de todas as ciências e a aplicação de uma abordagem científica para descrever a realidade humana. O autor propôs uma hierarquia das ciências. Afirmava que cada uma dependia do desenvolvimento da que a precedeu. Exemplo: a sociologia não poderia existir sem a biologia, que não poderia existir sem a química.

Esse modelo passou a ser contestado na segunda metade do século XX. Influenciados pelo idealismo de Kant, pesquisadores passaram a argumentar que o estudo da realidade social, por meio de métodos de outras ciências, poderia destruir a essência daquela realidade em análise. O cerne da questão se encontrava na objetividade e na subjetividade: nas ciências naturais, os pesquisadores trabalham com objetos passíveis de serem conhecidos de forma objetiva, enquanto nas ciências sociais os problemas são de cunho subjetivo; envolvem emoções, valores, significações (GOLDENBERG, 1998).

Essa discussão filosófica que diferencia uma ciência da outra possibilitou que, ao longo dos anos, fossem desenvolvidos métodos qualitativos de pesquisa social. Na pesquisa qualitativa, em resumo, o pesquisador aprofunda-se na compreensão dos fenômenos que estuda, que podem ser indivíduos, grupos ou organizações dentro de seus contextos sociais. Os signos são interpretados segundo a perspectiva daquela situação em particular, de forma subjetiva. Tal metodologia exige sensibilidade e criatividade para agregar valor ao trabalho:

Estes dados não são padronizados como dados quantitativos, obrigando o pesquisador a ter a flexibilidade e criatividade no momento de coletá-los e analisá-los. Não existindo regras precisas e passos a serem seguidos, o bom resultado da pesquisa depende da sensibilidade, intuição e experiência do pesquisador (GOLDENBERG, 1998, p. 53)

A autora coloca que a pesquisa qualitativa depende da biografia do pesquisador, das opções teóricas, do contexto mais amplo e das imprevisíveis situações que ocorrem no dia a dia da pesquisa. Já em pesquisas quantitativas, os resultados podem ser quantificados, resultando em tabelas, gráficos e quadros explicativos ou comparativos, entre outros recursos. Por essa metodologia, são utilizados procedimentos estruturados e instrumentos formais para a coleta de dados, enfatizando a objetividade (FONSECA, 2002).

Conforme o autor, a pesquisa quantitativa apresenta, na comparação com a qualitativa, menor enfoque na interpretação do objeto e, por ter foco mais restrito, confere menor importância ao contexto em que o objeto se encontra. Por outro lado, Fonseca defende que estudos dessa natureza salientam aspectos dinâmicos, holísticos e individuais da experiência humana e possibilitam apreender a totalidade no contexto daqueles que estão vivenciando o fenômeno estudado.

Influenciada pelo positivismo, [a pesquisa qualitativa] considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros. A pesquisa quantitativa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, etc. (FONSECA, 2002, p. 20)

Acontece que os pesquisadores começaram a ter uma nova percepção sobre os métodos que utilizavam. Segundo Goldenberg (1998, p. 61), Max Weber acreditava que podia ser proveitoso usar da quantificação na sociologia, “desde que o método fosse utilizado para a compreensão de um determinado problema, e não



obscurecesse a singularidade dos fenômenos que não poderia ser captada através da generalização”. Dessa forma, ganhou força a utilização conjunta dos modelos quantitativo e qualitativo.

Goldenberg (1998) explica que a integração da pesquisa quantitativa e qualitativa permite ao pesquisador fazer cruzamento de suas conclusões, para que tenha maior confiança que a situação observada não é um particular e isolado. A autora defende que a combinação de metodologias diversas no estudo do mesmo fenômeno tem por objetivo promover maior amplitude na descrição, explicação e compreensão do fenômeno estudado. Nesta perspectiva, os métodos qualitativos e quantitativos deixam de ser percebidos como opostos e tornam-se complementares.

Enquanto os métodos quantitativos pressupõem uma população de objetos de estudo comparáveis, que fornecerá dados que podem ser generalizáveis, os métodos qualitativos poderão observar, diretamente, como cada indivíduo, grupo ou instituição experimenta, concretamente, a realidade pesquisada (GOLDENBERG, 1998, p. 63).

Dessa forma, segundo a autora, é o conjunto de diferentes pontos de vista e formas de coletar e analisar os dados que permite uma ideia mais ampla e inteligível do problema, pois a premissa básica da integração está na ideia de que os limites de um método poderão ser contrabalanceados pelo alcance do outro.

Neste trabalho, especificamente, usaremos o método quantitativo para verificarmos a intensidade com a qual o tema da delação da JBS foi abordado durante o período da amostragem selecionada pois a teoria da agenda — que está no centro do problema desta pesquisa — defende que o agendamento midiático ocorre de médio a longo prazo, a partir de uma exposição constante do assunto (McCOMBS, 2008). Essa gama de informações colhidas e quantificadas também irá fornecer elementos para nossas análises qualitativas, voltadas à mensagem jornalística.

Finalizada essa breve caracterização das pesquisas qualitativa e quantitativa, começamos, a seguir, a descrever o tipo de pesquisa quanto a seus fins. Neste caso, pesquisa exploratória — pela qual iniciamos o tópico — e pesquisa descritiva.

### 3.2 Pesquisa exploratória

Na qualidade de uma monografia, esta produção tem o objetivo de proporcionar maior familiaridade com o problema de pesquisa — *como os discursos de direita e esquerda se mostram no contexto editorial?*

Gil (2002) explica que esse tipo de pesquisa pode envolver, entre outras coisas, levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiências relacionadas ao problema e análise de exemplos que estimulem a compreensão do assunto. O autor ressalta: “Embora o planejamento da pesquisa exploratória seja bastante flexível, na maioria dos casos assume a forma de pesquisa bibliográfica ou de estudo de caso” (GIL, 2002, p. 41).

### 3.3 Pesquisa descritiva

Outro fim também é o trabalho assumir a forma descritiva. Como mostra Gil (2002), pesquisas descritivas objetivam a descrição das características de determinado fenômeno e o estabelecimento de relações entre variáveis sobre ele. Para alcançar esses objetivos, são adotadas técnicas padronizadas de coleta de dados, como por exemplo a utilização de questionários e a observação sistemática. Juntamente com as pesquisas exploratórias, as pesquisas descritivas são adotadas por pesquisadores sociais preocupados com a atuação prática.

Algumas pesquisas descritivas vão além da simples identificação da existência de relações entre variáveis, e pretendem determinar a natureza dessa relação. Nesse caso, tem-se uma pesquisa descritiva que se aproxima da explicativa. Há, porém, pesquisas que, embora definidas como descritivas com base em seus objetivos, acabam servindo mais para proporcionar uma nova visão do problema, o que as aproxima das pesquisas exploratórias (GIL, 2002, p. 42).

Depois dessa definição de pesquisas de tipo descritivas e exploratórias, dedicaremos a próxima parte deste capítulo a base metodológica do trabalho quando a seus meios de obtenção de dados.

### 3.4 Pesquisa bibliográfica

Pesquisa bibliográfica, num sentido mais restrito, é um conjunto de procedimentos que visam identificar informações bibliográficas, selecionar documentos pertinentes e dados de documentos para que sejam usados como embasamento para a construção de um trabalho acadêmico. “Para estabelecer as

bases em que vão avançar, alunos precisam conhecer o que já existe, revisando a literatura existente sobre o assunto” (STUMPF, 2008, p. 58).

Conforme discorre a autora, mesmo em um modelo de formulação de produções acadêmicas que obedecem uma série de quesitos — definição do tema, revisão literária, hipóteses, metodologia, análise de dados e conclusão —, a pesquisa bibliográfica, mesmo que informalmente, precede a definição do problema de pesquisa e acompanha o pesquisador durante toda a elaboração do trabalho.

Stumpf (2008) descreve o *modus operandi* do pesquisador em um estudo bibliográfico: i) identificação do tema e assuntos; ii) seleção das fontes; iii) localização e obtenção do material; e iv) leitura e transcrição dos dados. Após dados esses passos é que se torna possível fazer a análise de forma adequada.

### 3.5 Pesquisa documental

Semelhante à pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa. Nesse tipo de pesquisa, lembra Gil (2002), as fontes de informação são bastante diversificadas e dispersas. Nos dois tipos de pesquisa, bibliográfica e documental, nem sempre ficam claras as distinções, “já que, a rigor, as fontes bibliográficas nada mais são do que documentos impressos para determinado público” (GIL, 2002, p. 46).

Além do mais, boa parte das fontes usualmente consultada nas pesquisas documentais, tais como jornais, boletins e folhetos, pode ser tratada como fontes bibliográficas. Nesse sentido, é possível até mesmo tratar a pesquisa bibliográfica como um tipo de pesquisa documental, que se vale especialmente de material impresso fundamentalmente para fins de leitura (GIL, 2002, p. 46).

Entre as vantagens que a pesquisa documental proporciona, está o fato de não exigir contato com os sujeitos da pesquisa, já que, em muitas situações, é difícil ou até mesmo impossível esse contato. Como coloca Gil (2002), tal situação não é de todo ruim e não necessariamente prejudica a produção do trabalho, já que documentos também constituem fonte rica de dados.

Após este segmento, destinado a tratar sobre os tipos de pesquisa quanto a seus meios, abordamos na sequência os critérios para a escolha da amostragem.

### 3.6 Amostra

A amostra, conforme Oliveira (2001), é uma etapa importante para a delimitação de uma pesquisa, pois é capaz de determinar a validade e relevância científica dos dados obtidos. Citando os pesquisadores Schiffman e Kanuk (2000), a autora escreve que um plano de amostragem deve responder às seguintes questões: quem pesquisar (unidade de amostragem); quantos pesquisar (o tamanho da amostra); e como selecionar (o procedimento da amostragem).

Para a escolha da amostragem, Oliveira orienta que o pesquisador deve levar em conta o tipo de pesquisa, a acessibilidade, a disponibilidade ou não de ter os elementos necessários para o desenvolvimento do trabalho, além da representatividade necessária, entre outros fatores.

Neste trabalho, a amostragem será de modo não probabilística por julgamento, em que os elementos não levam em conta, como fator primordial, o procedimento estatístico. De acordo com Oliveira (2001), a seleção de amostras por julgamento é realizada de acordo com critérios subjetivos estabelecidos pelo pesquisador que guardem relação com o objeto de estudo.

A abordagem da amostragem por julgamento pode ser útil quando é necessário incluir um pequeno número de unidades na amostra. (...) A amostra por julgamento pode ser, nestes casos, mais fidedigna e representativa que uma amostra probabilística (OLIVEIRA, 2001).

No caso deste trabalho, a amostra será oito edições de *Veja* após o dia 17 de maio de 2017, quando foi revelado, com exclusividade pelo colunista do jornal carioca O Globo Lauro Jardim, o conteúdo do acordo de delação premiada dos executivos da JBS com o Ministério Público Federal (MPF). O número de oito edições corresponde a oito semanas, haja vista que as revistas são semanais. Essas oito semanas, conforme será detalhado no capítulo sobre a Teoria do Agendamento (*ler seção 4.1.1*), está dentro do que autores apontam ser o tempo de transferência da agenda da mídia para a agenda pública.

Na sequência da exposição dos critérios que orientam a escolha da amostragem, indicamos os procedimentos para a análise de conteúdo.

### 3.7 Análise de conteúdo

Conforme Moraes (1999), a análise de conteúdo se constitui em uma metodologia de pesquisa destinada a descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos. Essa análise conduz a descrições sistemáticas, qualitativas ou quantitativas, e ajuda o pesquisador a reinterpretar as mensagens, além de atingir uma compreensão dos significados delas em um nível que perpassa a leitura meramente informacional.

Essa abordagem, pela sua literatura, é mais do que uma técnica de análise de dados; representa uma abordagem com características e possibilidades próprias. Moraes (1999) coloca que a análise de conteúdo possibilita, ao pesquisador, uma grande variedade de formas para realizar sua investigação, já que é adaptável a um campo de aplicação vasto, como a comunicação.

A análise de conteúdo pode ter como matéria-prima qualquer material proveniente de comunicação verbal ou não-verbal, quais sejam: cartas, cartazes, jornais, revistas, informes publicitários, livros, vídeos, entrevistas, diários pessoais, fotografias, entre outros. Os dados gerados a partir desses materiais chegam ao investigador em estado bruto; por isso necessitam ser processados para facilitar o trabalho de compreensão, interpretação e inferência para prosseguir com a análise de seu conteúdo.

Em sua vertente qualitativa, a análise de conteúdo parte de uma série de pressupostos, que servem de suporte para captar o sentido simbólico do material. Conforme Moraes (1999), esse sentido nem sempre é manifesto, além de seu significado não ser único. Citando Olabuenaga e Ispizúa (1989), o autor mostra que textos contém muitos significados, além do fato que: i) o sentido que o autor pretende expressar pode coincidir com o sentido percebido pelo leitor; ii) o sentido do texto poderá ser diferente de acordo com cada leitor; iii) um mesmo autor poderá emitir uma mensagem, e diferentes leitores poderão captá-la com sentidos diversos entre eles; por fim, iv) um texto pode expressar um sentido que o próprio autor não esteja consciente.

Moraes ressalta que uma pesquisa realizada por meio da análise de conteúdo é orientada, de certo modo, por uma interpretação pessoal do pesquisador. Essa

interpretação é realizada com relação à percepção que ele tem dos dados levantados. Não é possível uma leitura neutra, pontua Moraes, para quem toda leitura se constitui numa interpretação.

A mensagem da comunicação é simbólica. Para entender os significados de um texto, portanto, é preciso levar o contexto em consideração. É preciso considerar, além do conteúdo explícito, o autor, o destinatário e as formas de codificação e transmissão da mensagem (MORAES, 1999).

A categorização da metodologia de análise de conteúdo normalmente é feita levando em consideração os objetivos da pesquisa. Citando Lasswell, Moraes (1999) diz que os objetivos têm sido definidos em seis categorias, classificadas a partir de seis questões: 1) *Quem fala?* 2) *Para dizer o que?* 3) *A quem?* 4) *De que modo?* 5) *Com que finalidade?* 6) *Com que resultados?*

Com essa definição, podemos selecionar as categorizar relevantes conforme os objetivos deste trabalho de conclusão de curso. Como focaremos no emissor (a revista *Veja*) e na mensagem (os textos e elementos gráficos que tratem da delação da JBS), focaremos nas seguintes indagações: ***para dizer o quê? “como?” e “com que finalidade?”***. Por meio delas, entendemos que é possível determinar se há orientação ideológica na revista e como isso ocorre.

Conforme a descrição do autor usado como referência neste tópico, a análise de conteúdo dirigida à questão “*para dizer o quê?*” se volta às características da mensagem; investiga seu valor informacional, as palavras, argumentos e ideias nela expressos. É, sobretudo, uma análise temática. Já em uma análise orientada pela indagação “*como?*”, o pesquisador emprega especial atenção à forma como a comunicação se processa — seus códigos, estilo, estrutura de linguagem e outras características do meio. Por fim, no estudo orientado por “*com que finalidade?*”, o pesquisador se questionará sobre os objetivos de uma comunicação, explícitos ou implícitos, no sentido de captar as finalidades da mensagem, manifestos ou ocultos.

No que se refere à abordagem, Moraes (1999) diz que uma das possibilidades que a análise de conteúdo oferece refere-se ao tipo de conteúdo que o pesquisador se propõe a examinar: se irá se limitar ao conteúdo *manifesto* ou procurará explorar igualmente o conteúdo *latente*. Vejamos o que é cada um deles, nas palavras do autor:

A análise de conteúdo no nível *manifesto* restringe-se ao que é dito, sem buscar os significados ocultos. Ao nível *latente*, o pesquisador procura captar sentidos implícitos. Seguidamente a análise de conteúdo parte da informação manifesta no texto para então dirigir-se à intenção que o autor quis expressar, chegando, às vezes, a captar algo de que nem o autor tinha consciência plena (MORAES, 1999, p. 9).

Buscaremos, neste estudo, proceder pelos dois modos — manifesto e latente — por entendermos que é a melhor maneira de identificarmos os posicionamentos ideológicos na publicação. Quanto ao método de trabalho em uma análise de conteúdo, Moraes descreve o processo em cinco etapas, que podem ser seguidas tanto em pesquisas qualitativas ou quantitativas:

- 1 - Preparação das informações;
- 2 - Unitarização;
- 3 - Categorização ou classificação das unidades em categorias;
- 4 - Descrição;
- 5 - Interpretação.

Observando as orientações do autor para cumprir as etapas, aproveitamos para tecer algumas considerações sobre como deveremos sistematizar o trabalho.

Na unitarização criaremos quatro níveis. Procederemos com a separação dos conteúdos por edições da revista *Veja* (1). Em cada edição, verificaremos quais abordam a delação da JBS (2). Passo seguinte é a distinção por gêneros e formatos jornalísticos no qual o assunto foi tratado (2). Por fim, na unitarização, buscaremos identificar se o veículo se refere aos conceitos de direita e esquerda (4).

A categorização terá como ponto de partida responder os objetivos específicos do trabalho. Na descrição, optamos, primeiro, por relatar os resultados pelo seu viés quantitativo. Nesse ponto, exporemos os números de menções ao caso JBS nas oito edições em análise da revista *Veja*, dentro dessas edições, em quais gêneros e formatos jornalísticos o tema é abordado. O intuito é mostrar quanto tempo e em qual intensidade o assunto ficou entre os destaques na hierarquia de notícias. Essa mensuração também será usada para embasar a parte qualitativa.

Na análise qualitativa, lançaremos mão do expediente de apresentar fragmentos de textos, em citações diretas ou indiretas, que julgarmos pertinente para fundamentar e dar amplitude à descrição, bem como a reprodução de trechos das páginas e fotos

publicadas pela revista. Esse *modus operandi* está em consonância com a categorização de Moraes (1999) quanto ao objetivo da pesquisa, no que se refere às perguntas “para dizer o quê?”, “como?” e “com que finalidade?”, focando nas características da mensagem.

Identificar as características da mensagem é importante para cumprirmos nossos objetivos específicos. Para tanto, faremos uma síntese das informações trazidas pelo veículo de comunicação no sentido de retratar o ambiente informacional criado e transmitido ao leitor em relação ao caso concreto que analisamos. No enquadramento, buscaremos identificar quais e de que forma os elementos do *framing* (contexto, números, mensageiros, imagens, metáforas e tom) foram usados pela revista.

Após, valendo-nos das informações levantadas nos dois primeiros tópicos de análise, e à luz do referencial teórico, pretendemos averiguar se houve direcionamento das pautas para um viés de esquerda ou de direita editorialmente, quando Veja tratou da delação da JBS. Por fim, usaremos as informações colhidas e apresentadas na descrição para apresentarmos nossas considerações finais. Esse método vai ao encontro de uma vertente interpretativa em que, segundo Moraes (1999), a teoria é construída com base nos dados e nas categorias da análise.

A teoria emerge das informações e das categorias. Neste caso a própria construção da teoria é uma interpretação. Teorização, interpretação e compreensão constituem um movimento circular em que a cada retomada do ciclo se procura atingir maior profundidade na análise (MORAES, 1999, p. 9).

Findado este capítulo, em que expõem-se as bases metodológicas do estudo, o quarto capítulo traz o referencial bibliográfico, dividido entre a teoria do agendamento, a conceituação de enquadramento e as ideologias de direita e esquerda.



## 4 REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

### 4.1 Teorias do Jornalismo

Para ter-se um melhor entendimento de como é o processo de produção de notícias na imprensa e como o conteúdo veiculado pode direcionar as pessoas a formarem sua opinião, é importante retomar as teorias do jornalismo e as hipóteses levantadas por estudiosos deste campo da Comunicação Social. Os primeiros estudos sistemáticos partiram de questões que tinham como objetos centrais as indagações “por que as notícias são como são?”, “como circulam, são recepcionadas e quais efeitos geram as notícias?” e “qual o papel do jornalista na elaboração das notícias?” (TRAQUINA, 2005).

Como explica Sousa (2002), a teoria do jornalismo deve ser vista essencialmente como uma teoria da notícia, já que a notícia é o resultado do processo de produção de informação jornalística. “Dito por outras palavras, a notícia é o fenômeno que deve ser explicado e previsto pela teoria do jornalismo e, portanto, qualquer teoria do jornalismo deve esforçar-se por delimitar o conceito de notícia” (SOUSA, 2002, p.2)

Dentre as várias teorias (podemos citar a Teoria do Espelho, do *Gatekeeper*, Teoria Organizacional, Teoria da Ação Política entre outras), este trabalho dará especial atenção à Teoria do Agendamento ou *Agenda-setting* — como é conhecida nos Estados Unidos, seu país de origem. A escolha justifica-se no argumento de que esta investigação pretende verificar se há agendamento ideológico, à direita ou à esquerda, na publicação de informações relativas as informações trazidas pelos delatores da JBS, que implicaram altas autoridades da República — como o

presidente Michel Temer — ao passo em que também colocaram em xeque a atuação da Procuradoria-Geral da República quando da assinatura dos acordos de colaboração premiada.

Abaixo, abordaremos o agenda-*setting*, o pseudoambiente retratado nas informações jornalísticas, bem como os efeitos de longo prazo do agendamento midiático na opinião pública.

#### **4.1.1 Teoria da Agenda ou Agenda-*setting***

O jornalista americano Walter Lippmann é considerado o precursor da ideia do agendamento, embora não o tenha se referido pelo termo. No capítulo “O Mundo Exterior e as Imagens em Nossas Mentes”, do clássico *Opinião Pública*, publicado originalmente em 1922, o autor apresenta a tese de que os veículos de comunicação determinam nossos mapas cognitivos de mundo. Lippmann diz que a opinião pública responde não ao ambiente, mas ao pseudoambiente, uma imagem da realidade construída — em grande parte — pelos meios de comunicação.

O mundo que temos que considerar está politicamente fora de nosso alcance, fora de nossa visão e compreensão. Tem que ser explorado, relatado e imaginado. O homem não é um Deus aristotélico contemplando a existência numa olhadela. É uma criatura da evolução que pode abarcar somente uma porção suficiente da realidade que administra para sua sobrevivência, e agarra o que na escala do tempo são alguns momentos de discernimento e felicidade. [...] Gradualmente ele cria para si próprio uma imagem credível em sua cabeça do mundo que está além de seu alcance (LIPPMANN, 2008, p. 40)

Academicamente, a fundamentação dos estudos sobre o agendamento começou a ser elaborada a partir da contribuição dos pesquisadores Maxwell McCombs e Don Shaw para a Universidade da Carolina do Norte em Chapel Hill, uma cidade pequena americana, conservadora e isolada. Tendo como mote a campanha presidencial de 1968 nos Estados Unidos, McCombs e Shaw aplicaram, nos 24 dias que antecederam o pleito nacional, cem questionários com eleitores escolhidos de modo a cobrir um universo variado de posição econômico-financeira, social e racial dentre aqueles que se encontravam indecisos entre votar em Hubert Humprey ou Richard Nixon. O objetivo foi verificar como o conteúdo dos veículos noticiosos poderia influenciar no processo decisório desses eleitores, que, por não ter opinião formada

em relação ao voto naquela eleição, poderiam estar mais propensos à influência dos *mass media*.

Os pesquisadores encontraram uma relação de causa e efeito: constatou-se que havia uma correspondência entre os temas da agenda pública e da mídia. Além disso, que o grau de importância dado pelos eleitores pesquisados aos cinco principais temas em discussão na campanha aproximou-se do grau de proeminência das notícias divulgadas nos veículos que constavam na análise (McCOMBS, 2009). E mais: verificou-se que a mídia terminou por influenciar também os próprios candidatos, que incluíram em suas agendas temas que, antes, não constavam nas mesmas (HOHLFELDT, 1997).

A partir do chamado Estudo de Chapel Hill, muitas outras pesquisas passaram a investigar como a atenção e a percepção do público são influenciados pela mídia e como as características dos veículos noticiosos mediam esses efeitos. A teoria do agendamento parte do pressuposto de que a maior parte dos assuntos que despertam a atenção do público não está disponível à sua percepção direta, pessoal. Isso ocorre porque, em uma sociedade de massa, não há condições de o homem estar presente em todos os ambientes e ser testemunha ocular de tudo, de modo que é necessário os veículos de comunicação levarem à população o relato do qual ela não pôde participar.

Essa relação é definida por McCombs (2009) como uma realidade de segunda-mão. Ou seja, a informação fornecida pelos veículos de comunicação tem um papel central na construção da imagem que a população faz da realidade — o pseudoambiente do qual Lippmann descreve em *Opinião Pública*. Com efeito, “na sua seleção diária e apresentação das notícias, os editores e diretores de redação focam nossa atenção e influenciam nossas percepções naquelas que são as mais importantes questões do dia” (McCOMBS, p. 17-18).

No próximo tópico, veremos a definição do pseudoambiente e como ele influencia na construção das “imagens em nossas cabeças” (LIPPMANN, 2008).

#### **4.1.1.1 O pseudoambiente**

A perspectiva de pseudoambiente de Walter Lippmann, registrada em *Opinião Pública*, permite antecipar o conceito de subjetividade inerente à produção relatos

noticiosos, sobretudo porque os jornalistas interpretam e selecionam os acontecimentos mediante ‘símbolos’, ‘ficções’, ‘imagens mentais’ ou ‘estereótipos’ motivados pela sua própria consciência (PRIOR, 2016, p. 204).

Por isso, os meios de comunicação são os principais formuladores da chamada realidade de segunda-mão — que, ressalte-se, não é necessariamente uma inverdade ou que a notícia seja uma fabricação; mas um fragmento da realidade, fruto de um relato baseado na observação empírica inerente à atividade jornalística. Segundo McCombs (2009),

O jornalista se apoia em conjunto de normas profissionais que guia sua seleção diária do ambiente. A mídia apresenta uma visão altamente limitada do mundo exterior, como a disponível através de uma estreita fresta das janelas de alguns edifícios contemporâneos. Esta metáfora é ainda mais eficiente se a vidraça for um pouco opaca e a superfície, irregular. Os veículos noticiosos são mais do que simples canal de transmissão dos principais eventos do dia: constroem e apresentam ao público um pseudoambiente que significativamente condiciona como o público vê o mundo (McCOMBS, p. 45).

Dessa forma, esses profissionais constroem, de modo mais simples para a assimilação das pessoas, significados que permitem a compreensão e explicação do mundo exterior. Segundo o entendimento de Prior (2016),

Esta visão proporcionada pelos meios de comunicação constitui, muitas vezes, a nossa única perspectiva sobre o mundo, sendo certo que os acontecimentos que ficam fora da cultura mediática, os acontecimentos que não se contam, simplesmente não existem para o público. [...] A cultura mediática possibilita, deste modo, criar imagens mentais que influenciam quer a configuração dos temas da esfera pública quer, como consequência, a construção de significados na mente do público (PRIOR, 2016, p. 203).

Revisitando a perspectiva lippmanniana, podemos notar que Lippmann, em sua análise, constatou que, em qualquer sociedade que não esteja completamente voltada a seus interesses e não seja tão pequena ao ponto de que todos possam saber tudo o que nela se passa, as ideias dizem respeito a eventos que estão fora da vista e do alcance das pessoas. Tal fenômeno acontece porque “o ambiente real é excessivamente grande, por demais complexo, e muito passageiro para se obter conhecimento direto” (LIPPMANN, 2008, p.31). Para o pesquisador,

Não estamos equipados para tratar com tanta sutileza, tanta variedade, tantas modificações e combinações. E embora tenhamos que agir naquele ambiente [o real], tentamos reconstruí-lo num modelo mais simples antes de poder manejá-lo. Para atravessar o mundo as pessoas precisam ter mapas do mundo (LIPPMANN, 2008, p.31).

Essa realidade é consequência da sociedade de massa, ou, conforme definição de Tönnies (1957), citada por Hohlfeldt (1997), pela passagem de sociedades comunitárias (*gemeinschaften*) para sociedades anônimas (*gesellschaften*). Nesse tipo de organização social urbana, o homem necessita da mediação dos meios de comunicação pois não tem condições de ser testemunha ocular de todos os acontecimentos. Já Wolf (2010), citando Grossi (1983), aponta que, em virtude das sociedades industriais capitalistas, foi aumentada a existência de “pacotes” da realidade que os indivíduos não vivem diretamente, mas que tem contato através da mediação simbólica dos meios de comunicação. Em resumo desse quadro, voltando a Hohlfeldt (1997), temos que:

As primeiras [sociedades comunitárias] estão ligadas às civilizações primitivas, em que as relações se desenvolvem de maneira direta, em que todos se conhecem entre si e em que todo o fluxo informacional é absolutamente personalizado. Nas sociedades anônimas, contudo, fruto da urbanização, os processos de massificação se tornam necessários, uma vez que a maioria dos integrantes de tais sociedades não pode ter acesso direto aos acontecimentos. Assim é que surgem os chamados meios de comunicação de massa ou, como os americanos denominam, os *mass media*, constituídos pelos jornais, revistas, emissoras de rádios, cadeias de televisão e, a cada dia mais, outras redes, dentre as quais, contemporaneamente, a Internet. (HOHLFELDT, 1997, p. 45)

Esse campo de atuação é um terreno fértil para a prática do jornalismo e, por conseguinte, para se testar a influência dos veículos de comunicação, haja vista que “[...] o que acreditamos ser uma imagem verdadeira, nós a tratamos como se ela fosse o próprio ambiente” (LIPPMANN, 2008, p. 22). Ou seja, o grau de questionamento/contestação tende a ser reduzido.

Como coloca Roberts (*apud* WOLF, 2010), a influência dos *mass media* é admitida na medida que ajudam a estruturar a imagem da realidade e a organizar novos elementos dessa mesma imagem. Porém, como a estruturação e a interpretação desse ambiente trata-se de um processo de natureza subjetiva, “o mundo parece diferente para pessoas diferentes, dependendo do mapa que lhes é

desenhado pelos redatores, editores e diretores de jornal que o leem” (COHEN *apud* COLLING, 2001, p. 89)

Lippmann ressalta que o fenômeno do pseudoambiente deve ser analisado por uma perspectiva triangular entre “a cena da ação, a imagem humana daquela cena e a resposta humana àquela imagem atuando sobre a cena da ação” (LIPPMANN, 2008, p. 31), pois a “a forma como o mundo é imaginado determina num momento particular o que os homens farão” (IBIDEM, p. 38), mas não o que alcançarão, e também “determina seus esforços, seus sentimentos, suas esperanças, não as suas realizações e resultados” (IBIDEM, p. 38). Segundo o autor, “o fato de que os homens teorizam é a prova de que seus pseudoambientes, suas representações interiores do mundo, são um elemento determinante do pensamento, sentimento e ação” (IBIDEM, p. 39). Resumindo e defendendo a sua tese, o americano afirma:

Teremos que presumir que o que cada homem faz está baseado não em conhecimento direto e determinado, mas em imagens feitas por ele mesmo ou transmitidas a ele. Se o seu atlas lhe diz que o mundo é plano ele não navegará próximo ao que imagina ser o limite de nosso planeta com medo de despencar. Se seu mapa inclui a fonte da eterna juventude, um Ponce de Leon irá busca-lo (LIPPMANN, 2008, p. 38).

Para Wolf (2010), o agenda-*setting* realça a diversidade existente entre a quantidade de informações, os conhecimentos e as interpretações da realidade social, apreendidos por meio dos *mass media*, e as exposições em “primeira mão” vividas pelos indivíduos. Ele sublinha que essa crescente dependência cognitiva dos receptores pelas mensagens dispostas pelos veículos de comunicação é constituída sobre dois níveis: i) a “ordem do dia” dos temas, assuntos e problemas presentes na agenda dos *mass media*; e ii) a hierarquia de importância e de prioridade segundo a qual esses elementos estão dispostos na “ordem do dia”. Com efeito, o autor explana que, pelo agenda-*setting*, a condução da opinião pública se dá por meio da estruturação, de forma hierárquica, dos relatos noticiosos.

Nesse aspecto, conforme McCombs (2009), as pessoas têm opiniões sobre muitas coisas, mas somente alguns poucos tópicos realmente lhes interessam. É aí que entra os veículos de comunicação: enquanto muitos temas competem pela atenção do público, somente alguns são bem-sucedidos, e os veículos de comunicação exercem influência sobre nossas percepções sobre quais são os

assuntos mais importantes em pauta. Então, de acordo com os dois autores acima citados, podemos dizer que, mais do que fornecer um certo número de notícias, formando uma espécie de quadro geral de assuntos que o público deve minimamente saber, os veículos noticiosos avançam: eles apresentam as categorias para que os receptores possam, de forma simplificada, ordenar os acontecimentos noticiosos.

Na estruturação desses dois níveis, ordem do dia e hierarquia de notícias, os jornalistas levam em consideração alguns fatores. Há pautas que possuem condições de atingirem diretamente mais pessoas e, por isso, têm vantagem na competição por um espaço. Normalmente, são os temas de caráter público ou de grande relevância social os privilegiados.

Conforme Wolf (2010, p. 165), “tematizar um problema significa, na realidade, colocá-lo na ordem do dia da atenção do público, dar-lhe a importância adequada, salientar a sua centralidade e o seu significado em relação ao fluxo da informação não tematizada”. De acordo com o pesquisador, os veículos de comunicação objetivam gerar reação, por parte do público, com as informações que oferecem. “A sua função [da tematização] é selecionar ulteriormente [...] os grandes temas sobre os quais há que concentrar a atenção do público e mobilizá-lo para a tomada de decisões” (WOLF, 2010, p. 165).

Os efeitos do agendamento não ocorreriam de imediato, mas a longo prazo — o que tratamos no tópico subsequente.

#### **4.1.1.2 Efeitos de longo prazo e “efeito de enciclopédia”**

Retornando à origem acadêmica, os estudos sobre agendamento midiático surgiram como uma reação à teoria dos efeitos limitados, que, baseada em aspectos sociológicos, sustenta que a mídia exerce influência social limitada e que a mensagem passa por diversos filtros de caráter social antes de ser absorvida pelo indivíduo; que a imprensa, de modo geral, não altera as percepções de mundo dos indivíduos — pelo contrário, cristaliza suas opiniões já existentes (PENA, 2005).

Segundo Colling (2001), o *agenda-setting* faz parte dos estudos norte-americanos em comunicação, pertencentes ao paradigma funcionalista, que reúne pesquisas preocupadas em analisar e detectar as funções dos meios e os efeitos

causados sobre a audiência. Quando esse contexto foi exposto pela primeira vez e passou a ser difundido, a teoria dos efeitos limitados dominava os estudos de comunicação nos princípios dos anos de 1960. “O agendamento representa a insatisfação da nova geração de pesquisadores em comunicação, que tinha experiência prática em redações, com o paradigma da limitação dos efeitos midiáticos na vida social” (PENA, 2005, p. 142).

Inicialmente, antes das pesquisas sobre efeitos a longo prazo da comunicação, os pesquisadores voltavam sua atenção ao modelo de transferência de comunicação, definido por Schulz (*apud* WOLF, 2010) com as seguintes premissas:

- a. os processos de comunicação são assimétricos: existem um sujeito ativo, que emite o estímulo, e um sujeito mais passivo, que é atingido por esse estímulo e reage;
- b. a comunicação é um processo que diz respeito, antes de tudo, a cada indivíduo e que deve ser estudado em relação a estes indivíduos;
- c. a comunicação é intencional: a introdução do processo, por parte do comunicador, ocorre intencionalmente e, em geral, destina-se a um objetivo/efeito; e
- d. os processos de comunicação são episódicos: o início e o fim da comunicação são limitados temporalmente, e cada episódio de comunicação tem um efeito isolável e independente (SCHULZ *apud* WOLF, 2010, p. 137-138).

Posteriormente, esse paradigma foi reconsiderado. Teóricos passaram a afirmar que “as comunicações não intervêm diretamente no comportamento explícito; de preferência, tendem a influenciar o modo como o destinatário organiza a própria imagem do ambiente” (ROBERTS *apud* WOLF, 2010, p. 138). A assertiva, como demonstramos no tópico anterior, está em consonância com o que dizia, na década de 1920, Walter Lippmann.

Na evolução dos estudos sobre os efeitos, muda-se, em primeiro lugar, o tipo de efeito. Conforme Wolf (2010, p. 138), o efeito não mais concerne às atitudes, aos valores, aos comportamentos do destinatário; torna-se algo cognitivo sobre os sistemas de conhecimentos que o indivíduo assume e estrutura devido ao seu consumo de informações dos *mass media*. Por conseguinte, em segundo lugar, altera-se também o quadro temporal: os efeitos não são mais pontuais, ligados à exposição a cada mensagem, mas cumulativos, sedimentados no tempo.

De acordo com Pena (2005), a partir dos trabalhos de McCombs e Shaw, o estudo dos efeitos assume a direção de não mais analisar o papel da mídia na



mudança de opiniões, mas sua influência na formação e mudança de cognições, ou seja, na forma como as pessoas apreendem (e aprendem) as informações e formam seu conhecimento sobre o mundo.

A temática da teoria do agendamento também representa a evolução de uma perspectiva quantitativa para uma abordagem representativa dos efeitos. O que vale é o significado daquilo a que as pessoas estão expostas e, também, o impacto acumulativo dessa exposição, cuja frequência continuada e cotidiana influencia na cognição (PENA, 2005, p. 145).

Segundo McCombs (2009), os efeitos do agendamento pela comunicação massiva aparecem em uma considerável diversidade nos temas públicos — diversidade essa que inclui a economia, direitos civis, drogas, o ambiente, crime e uma ampla variedade de questões relativas à política internacional e a dezenas de outros. O pesquisador ressalta que um dos aspectos mais surpreendentes verificados no agendamento é que os seus reflexos ocorrem em uma ampla variabilidade dos ambientes geográficos e culturais. Para isso, é necessário a existência de liberdades política e de imprensa.

Anos atrás, um seminário em Taipei discutiu esta ampla repetição dos efeitos da mídia originalmente descoberto nos Estados Unidos e chegou à conclusão de que os efeitos do agendamento — a transferência bem-sucedida da saliência da agenda da mídia à agenda do público — ocorrem em qualquer lugar no qual existe um sistema político relativamente aberto e um sistema midiático razoavelmente aberto. [...] Onde duas destas condições de abertura existem, o público aceita consideráveis porções da agenda de temas que lhes é colocada à frente pelos veículos noticiosos (McCOMBS, 2009, p. 66).

Metodologicamente, as pesquisas destinadas a identificar os efeitos são realizadas a partir de três angulações: i) pesquisas sobre a agenda mediática: estudos do conteúdo veiculado nas empresas de comunicação; ii) estudos da agenda das políticas governamentais: o que se torna notícia a partir das entidades governamentais; e iii) estudos da agenda pública, definidos como aqueles que abordam os desdobramentos das notícias na agenda dos receptores (RUBLESKI, 2010). A evolução do mapa teórico sobre o agenda-*setting* pode ser descrito por meio de três estágios: i) explicação das fases da comunicação massiva e do processo de opinião pública; ii) expansão em novos domínios além dos assuntos públicos e da comunicação massiva; e iii) elaboração de conceitos teóricos básicos (McCOMBS, 2009, p. 209).

Uma tipologia dividida em quatro partes, denominada Tipologia de Acapulco — nome dado por ter sido apresentada pela primeira vez em congresso na cidade mexicana de Acapulco —, busca descrever as perspectivas dos efeitos do agendamento de uma forma estruturada visualmente. Essa tipologia é definida por duas dimensões dicotômicas. A primeira dimensão distingue entre duas formas de considerar as agendas — em uma delas, o foco da atenção engloba o conjunto de itens da agenda, enquanto que a segunda forma se limita a apenas um item. A segunda dimensão da Tipologia de Acapulco se distingue entre duas maneiras de medir a relevância dos itens da agenda (por meio de dados agregados ou dados individuais). É pela combinação de ambas as dimensões que surgem as quatro perspectivas distintas sobre o estabelecimento da agenda.

Conforme as caracterizações dadas por McCombs (2009), a perspectiva I é denominada *Competição* porque o que se pesquisa é uma coleção de temas que competem por uma boa posição na agenda. A perspectiva II também se centra na agenda dos temas, mas desvia o foco para a agenda de cada um dos indivíduos, por isso ela chama-se *Autonomia*.

Na perspectiva III, os estudos limitam seu foco a um único tema da agenda midiática, valendo-se de dados agregados para determinar a importância de tal tema; está centrada na história de um único tema, na agenda midiática e pública, em um período longo de tempo, por isso é denominada *História Natural*. Por fim, a perspectiva IV volta a se concentrar na agenda individual, e limita suas observações a um único tema. Os estudos desta perspectiva, chamada de *Retrato Cognitivo*, preocupam-se em medir a relevância de um único tema para um indivíduo.

### Quadro 01: Tipologia de Acapulco

	Medida de relevância pública	
	Dados agregados	Dados individuais
Foco da atenção		
Agenda na sua totalidade	Perspectiva I	Perspectiva II
	<i>Competição</i>	<i>Autonomia</i>
Um único item da agenda	Perspectiva III	Perspectiva IV
	<i>História natural</i>	<i>Retrato cognitivo</i>

Elaboração própria. Fonte: McCOMBS, 2009, p. 58

Para Hohlfeldt (1997, p. 44), o agendamento midiático da opinião pública ocorre por meio de alguns pressupostos fundamentais, quais sejam:

**a)** o fluxo contínuo de informação: o processo de informação e de comunicação não é um fechado, como inicialmente pensava-se. O que ocorre é um fluxo contínuo informacional. Este, por sua vez, gera o que McCombs denominará de “efeito de enciclopédia”. Para Hohlfeldt, na maioria dos casos, consciente ou inconscientemente, as pessoas guardam, de maneira imperceptível, uma série de informações que, repentinamente, lançam mão quando necessário como forma de orientação. Concretamente, para citar um exemplo prático, o “efeito enciclopédia” pode ser provocado por jornais e revistas por meio da inclusão do chamado “box” junto a uma grande reportagem. O “box” visa atualizar ou relembrar o leitor sobre um determinado fato. **(veja mais sobre o formato na seção 2.3.2, cap. Gênero Interpretativo, em “Cronologia”).**

**b)** em consequência do fluxo contínuo, os meios de comunicação influenciam o receptor não a curto prazo, como pressupunha-se de início, mas a médio e

longo prazos. Ou seja, é mediante a observação de períodos mais dilatados de tempo que pode-se aferir, com maior grau de precisão, os efeitos provocados pelos meios de comunicação; e

c) os meios de comunicação, embora não sejam capazes de impor o que pensar como dizia a teoria hipodérmica, são capazes, a médio e longo prazos, de influenciar sobre o que pensar e falar — tese essa que já vimos, neste trabalho, com a síntese de Cohen (*apud* WOLF, 2010). Ou seja, dependendo dos assuntos que venham a ser agendados pela mídia, o público termina, a médio e longo prazos, por incluí-los igualmente em suas preocupações.

A inclusão de um tema na agenda de preocupações das pessoas, explica McCombs (2009), não é instantânea e pode variar de tema para tema e de pessoa para pessoa. O autor pontua que o período de tempo envolvido na transferência da saliência de um tópico da agenda da mídia para a pública varia de quatro a oito semanas, segundo investigações sobre o agendamento. McCombs acrescenta que, “no caso das notícias com alto envolvimento pessoal, o período de tempo para a ocorrência de efeitos do agendamento pode ser ainda mais curto” (IBIDEM, p. 77). Pela Tipologia de Acapulco, as evidências que permitem concluir sobre tempo reação aos efeitos do agenda-*setting* são coletadas a partir da perspectiva de *História Natural*.

No tocante às características pessoais do receptor e à formação de uma agenda, Hohlfeldt (1997) destaca que a influência dos meios de comunicação sobre os indivíduos depende do grau de percepção da relevância do tema, além dos diferentes níveis de necessidade de orientação que observará o receptor. Com efeito, o agendamento ocorrerá de forma eficiente somente quando o receptor perceber o tema como importante e, ao mesmo tempo, tiver pouco conhecimento sobre. “Quanto maior for a necessidade de orientação que as pessoas têm no âmbito dos assuntos públicos, maior é a probabilidade de elas atentarem para a agenda da mídia” (McCOMBS, 2009, p. 94).

Conclui-se, assim, que a influência do agendamento por parte da mídia depende, efetivamente, do grau de exposição a que o receptor esteja exposto, mas, mais que isso, do tipo de mídia, do grau de relevância e interesse que este receptor venha a emprestar ao tema, a saliência que ele lhe reconhecer, sua necessidade de orientação ou sua falta de informação, ou, ainda, seu grau de incerteza, além dos diferentes níveis de comunicação interpessoal que desenvolver (HOHLFELDT, 1997, p. 49)

Para McCombs, o processo de absorção pelo público da agenda midiática é um processo de aprendizagem casual, contínuo e, virtualmente, invisível. O autor considera que as circunstâncias desta aprendizagem diferem da aprendizagem escolar. Porém, os resultados podem ser tão influentes como poderosos, ao afirmar que os veículos de comunicação são professores cuja principal estratégia de comunicação é a redundância, ressaltando temas com mais ou menos intensidade.

Muito tempo atrás, Paul Lazarsfeld descreveu a comunicação de massa como uma sala de aula informal onde os estudantes continuamente entram e saem, algo muito parecido ao que fazem alguns estudantes nas salas de aulas formais, nas quais nem sempre prestam atenção plena mesmo quando estão fisicamente presentes. Mas as pessoas aprendem dos *mass media*. Elas aprendem um montão de fatos, muitos dos quais elas incorporam em suas imagens e atitudes sobre uma variedade de objetos. Elas também aprendem sobre os mais importantes temas do momento, incorporando a agenda dos *mass media* em suas próprias agendas dos tópicos centrais do que a sociedade enfrenta (McCOMBS, 2009, p. 80).

Em sentido contrário, da mesma forma em que pode ser considerado um aprendizado rápido, seu esquecimento também o é. McCombs relata que, do mesmo modo que ocorre a aprendizagem mediada pelos *mass media*, também há evidências empíricas que apontam que também ocorre processo reverso: de desaprendizagem. Tal fenômeno ocorre a partir do momento em que determinada pauta passa a não receber a saliência de outrora pela mídia. Com efeito, tem-se a deterioração da informação no tempo. “Sem verdadeiramente surpreender, cada lição aprendida no curso da comunicação de massa é visível sobre um considerável período de tempo” (IBIDEM, p. 81).

Hohlfeldt (1997), em um inventário produzido a partir de Barros Filho (1995), apresenta e conceitualiza as características que os veículos de comunicação possuem. Na visão do autor, essas particularidades são determinantes e acentuam os efeitos do agenda-setting. São eles (p. 201-203):

- Acumulação: capacidade que a mídia tem de dar saliência a um determinado tema, destacando-o do imenso conjunto de acontecimentos diários veiculados como notícias;
- Consonância: em geral, os *mass media* possuem semelhanças no processo de transformação do relato de um acontecimento em notícia jornalística;

- Onipresença: um acontecimento, transformado em notícia, pode ultrapassar os espaços tradicionalmente ocupados a ele. A pauta pode ser abordada sob diversos aspectos e vieses, que perpassam editorias;
- Relevância: quando um acontecimento é noticiado por todos os diferentes veículos e em diferentes plataformas, independente do enfoque atribuído;
- *Frame* temporal: o período de levantamento de dados das duas ou mais agendas, isto é, a agenda da mídia e a agenda pública, por exemplo;
- *Time-lag*: o intervalo decorrente entre o período de levantamento da agenda da mídia e a agenda do público, ou seja, é o tempo que decorre da exposição da agenda midiática até a sua transposição para a agenda pública;
- Centralidade: capacidade que os veículos de comunicação têm de determinar um assunto como algo importante;
- Tematização: ligado à centralidade, é a capacidade de dar o destaque necessário, de modo a chamar a atenção do público. É nesse conceito que aparecem as suítes das matérias, que, em linguagem jornalística, significa dar sequência aos múltiplos enfoques que a pauta oferece para serem trabalhados, com objetivo de prender a atenção do público;
- Saliência: valorização individual dada pelo receptor a um determinado assunto noticiado;
- Focalização: é a maneira pela qual a mídia aborda determinado assunto, utilizando uma determinada linguagem, recursos de editoração para ressaltar a pauta por aquele ângulo.

Para Wolf (2010), é correto supor que, mais do que linear, o processo de construção da agenda midiática é coletivo, contendo um certo grau de reciprocidade. O autor elenca quatro fases desse processo que julga especialmente relevantes. São elas (p. 179):

1. Focalização: relevo concedido pelos veículos noticiosos a um acontecimento, ação, grupo, personalidade, etc., que eles passam para um primeiro plano;

2. *Framing*: O objeto focalizado pela atenção dos mass media deve ser enquadrado e interpretado à luz de um qualquer tipo de problema que ele simboliza: o quadro interpretativo, segundo refere-se Wolf;

3. Nesta terceira fase é estabelecida uma associação, pelos media, entre o objeto (tema) a um sistema de símbolos, de modo que esse objeto torne parte de um panorama social e político reconhecido. Nesta etapa, os veículos são fundamentais ao conectar acontecimentos pouco importantes, descontínuos, a uma vivência constante;

4. Personificação dos temas: o tema adquire peso se tiver um porta-voz que seja catalisador da atenção dos *mass media*, num processo de empolamento que volta a propor o ciclo de fases.

O autor argumenta que a importância dessa indicação reside no fato de tornar explícitos alguns laços fundamentais existentes entre: a lógica do funcionamento da informação de massa; os critérios de relevância que estruturam essa lógica; os processos simbólicos que ordenam os processos comunicacionais; e as influências cognitivas que o processo informacional pode exercer sobre o indivíduo (p. 179-180).

À luz dessas colocações, McCombs (2009) tece alguns comentários acerca da atividade jornalística, haja vista que a teoria da agenda não é o retorno à teoria da bala ou hipodérmica sobre os efeitos da mídia; é uma teoria que atribui um papel central aos veículos noticiosos e, por conseguinte, aos jornalistas, por serem capazes de definir itens para a agenda pública. Vejamos:

Para os jornalistas, este fenómeno sobre o qual nós agora referimos como sendo papel do agendamento dos veículos noticiosos é uma formidável questão de ética de largo impacto sobre que tipo de agenda a mídia está dando preferência. “O que o público precisa saber?” é uma frase recorrente no repertório teórico do jornalismo profissional. “A agenda da mídia realmente representa o que o público precisa saber?” (McCOMBS, 2009, p. 15).

Findada essa parte do referencial sobre agendamento, entraremos, a seguir, na conceituação de enquadramento e dos elementos usados pelos veículos de comunicação para possibilitar esse efeito nas informações.

#### 4.1.2 Enquadramento ou *framing*

Investigações recentes sobre o agendamento têm apontado que os veículos de comunicação não têm apenas o poder de oferecer às pessoas os assuntos pelos quais devem se preocupar. Além disso, eles também teriam o poder de dizer como pensar os temas contidos na agenda midiática. Esse novo contexto tem sido explicado por meio do conceito de enquadramento ou *framing*. De acordo com Severo (2007), a tese do *framing* é bastante recente: suas bases teóricas estão nos estudos de Erving Goffman, que, em 1974, abordou pela primeira vez este conceito e concluiu que os *frames*, ou quadros narrativos, seriam estruturas cognitivas que guiariam a percepção da audiência sobre a realidade.

Com efeito, o enquadramento possui uma relação próxima com os estudos da psicologia cognitiva quando sustenta que a mente das pessoas é formada por estruturas cognitivas que organizam seus pensamentos. Esse sistema, chamado de esquemas (*schemas*), é formado por crenças, atitudes, valores e preferências que interligam diferentes ideias. Uma vez que os novos esquemas estejam armazenados na memória, informações posteriores sobre alguma dessas ideias retomam à mente sentimentos e conceitos associados a uma rede de conhecimento (SEVERO, 2007).

Do ponto de vista teórico, as teorias do agendamento e do enquadramento concordam na premissa de que as imagens do mundo, transmitidas pelos *mass media*, são quadros da realidade. Para Colling (2001), embora afirme com um certo vigor o poder da mídia, os estudos voltados ao enquadramento são ramificações do trabalho de McCombs, pesquisador do agendamento que, inclusive, tem aceitado e vem incorporando as teses do *framing* nos seus estudos.

Agenda-setting é considerada mais do que a clássica asserção de que as notícias nos dizem sobre o que pensar. As notícias igualmente nos dizem como pensar acerca disso. A seleção de objetos para a atenção e a seleção dos enquadres pensados acerca destes objetos são o ponto forte do papel do agenda-setting (McCOMBS *apud* COLLING, 2001, p. 94).

O mesmo autor coloca que, às vezes, o conceito de enquadramento refere-se a um enquadramento particular do conteúdo midiático e, noutras vezes, no processo de enquadramento, suas origens e difusão ao público por meio dos *mass media*. McCombs (2009) aponta que, aplicada à agenda midiática, um enquadramento é a ideia que organiza o conteúdo informativo que, por sua vez, fornece um contexto



e sugere sobre o que o assunto trata por meio de *seleção, ênfase, exclusão e elaboração*. Em síntese,

[...] enquadramento é a seleção de — e ênfase — nos atributos particulares de uma agenda da mídia quando se tratar de um objeto. Por consequência, como sabemos da evidência do agendamento de atributos, as pessoas também enquadram objetos, colocando vários graus de ênfase nos atributos de pessoas, nos temas públicos ou noutros objetos quando elas pensam ou falam sobre eles (McCOMBS, 2009, p. 137).

Por esse motivo, o conceito de *framing* chama a atenção às perspectivas dos comunicadores e da audiência para como eles assimilam os assuntos reportados nos meios de comunicação. Citando Entman (2004), Severo (2007) sustenta que enquadrar não é apenas repetir um *slogan*; é, pois, uma construção capaz de nos ajudar a organizar o entendimento de mundo. Ele explica que um mesmo enquadramento é ativado em nossa mente por diferentes acontecimentos, o que significa que *frames* já arquivados na mente humana são reativados por novas informações.

O desafio nesse ponto, para os profissionais da mídia, é realizar um “reenquadramento”: fornecer às pessoas uma lente diferente para processar uma informação, ainda que esta já esteja internalizada em um outro *frame*, sob um ponto de vista diferente (SEVERO, 2007, p. 37)

Por esse motivo, argumenta o pesquisador, o estudo do enquadramento deve ser analisado sob dois aspectos: o *framing* da mídia, no que se refere aos elementos utilizados pelos meios de comunicação para criar um quadro narrativo, e *framing* da audiência no tocante à maneira como o público irá enquadrar determinadas mensagens fornecidas pela imprensa. Para Gamson (*apud* COLLING, 2001), as pessoas guardam recortes de notícias; com isso, a audiência forma certos “pacotes” para conseguir explicar o seu ponto de vista. Sendo assim, a ideia do enquadramento se configura em alguns pressupostos: que as pessoas utilizariam atalhos mentais para dar sentido ao mundo que as cerca; que as informações que chegam a elas forneceriam dicas sobre como formar esses atalhos; que os meios de comunicação criam uma expectativa de enquadramento que constrói um *frame* dominante; e, por fim, ao longo do tempo, as pessoas criariam hábitos de pensamento, estruturando novas informações de acordo com esse *frame* dominante (SEVERO, 2007).

Robert Entman é considerado, atualmente, um dos principais estudiosos do enquadramento. Para ele, produzir um enquadramento corresponde a selecionar aspectos da realidade percebida e dar a eles um destaque maior no texto, gerando interpretação e um tratamento ou avaliação moral ao item descrito (ENTMAN *apud* SEVERO, 2007). A teoria do *framing*, ressalta, não pretende defender a tese de que a audiência recebe passivamente as mensagens; argumenta que os membros da audiência são, teoricamente, livres para tirar suas próprias conclusões a partir das mensagens recebidas da mídia. Porém, quando há um enquadramento dominante — uma narrativa que se sobressaia a outros pontos de vista —, aliada à escassez de notícias que reportem o fato por outro ângulo, as pessoas tendem a ver a situação sob aquela ótica dominante (COLLING, 2001).

Esse processo ocorreria porque o *frame* determina o que é mais notícia para as pessoas, como elas entendem e relembram o caso, como elas valorizam — no sentido de uma avaliação moral, positiva ou negativa — e se posicionam a partir disso. McCombs (2009) ressalta que os *framings* são princípios de organização de pensamento que enfatizam certos atributos dos objetos das mensagens e servem como um artifício de ligamento eficiente de microatributos para construir um macroatributo, ou seja, uma visão geral sobre o tema em questão.

Segundo Entman (*apud* COLLING, 2001), os enquadramentos são construídos e personificados em palavras-chave, metáforas, conceitos, símbolos e imagens visuais enfatizadas na notícia narrada e, de acordo com Gamson e Modigliani (1989, *apud* COLLING, 2001), são transmitidos por meio de cinco dispositivos: as metáforas, os exemplos históricos, as citações curtas, as descrições e as imagens.

Para identificar o enquadramento em uma reportagem, Entman explica que, primeiro, é necessário definir o problema apresentado, verificando se ele é político ou econômico, por exemplo, e identificar se há personalização do problema. Feito isso, é necessário especificar as causas do problema apresentado no texto; quais são os seus atores; a quem é creditada a solução do problema e quais são as suas soluções indicadas. Ao final dessa análise, é possível identificar a avaliação moral do problema, positiva ou negativa (COLLING, 2001).

De acordo com Shanto Iyengar (*apud* SEVERO, 2007), há duas maneiras de se criar enquadramentos: os *episodic frames* e os *thematic frames*. O primeiro diz

respeito a um enquadramento individual, os fatos isolados das questões públicas. Já os *thematic frames* contextualizam o acontecimento, relacionando-o a um contexto social mais amplo; fazem ligações com fatos já acontecidos e prospecções de futuro, por exemplo. Essa divisão implica na forma como o público irá tratar a situação: como um caso isolado e não representativo sobre o tema em questão (os *episodic frames*), ou como uma questão pública importante para a sociedade e que deve ser resolvida pelo governo (os *thematic frames*).

Um outro aspecto destacado por Entman (*apud* SEVERO, 2007) é o efeito dos *mass media* em outro tipo de opinião, a *perceived opinion* — a ideia é de que a mídia não atua somente sobre as opiniões, mas fornece informações a partir das quais as pessoas inferem o que as outras pensam sobre o assunto. Entman (2004) afirma que o chamado *Cascade Model* (Modelo Cascata, em tradução livre) ajuda a explicar como os pensamentos e sentimentos que estão relacionados a um *frame* são transmitidos por esse sistema que tem, no topo da cascata, os responsáveis pela produção do *frame* (fontes primárias, jornalistas e profissionais da comunicação) e, no final dela, os receptores.

Nesse sistema, os jornalistas atuam indo atrás fontes para saber o que elas pensam sobre um determinado tema. Elas, pois, podem estar com o mesmo discurso, discutindo entre si ou silenciando alguns aspectos que poderiam suscitar debate. Enquanto isso, editores e repórteres, nas redações, discutem a angulação da matéria, comparam as impressões obtidas do ambiente que irão retratar e monitoram a cobertura da concorrência. Desse modo, quanto mais uniforme for o discurso proferido pelas fontes, mais uniforme será o *frame* construído pela imprensa sobre o assunto. Por outro lado, se as ideias expressadas forem variadas, o enquadramento pode apresentar sentimentos e opiniões dos diferentes lados em questão (SEVERO, 2007).

As palavras e imagens que criam o enquadramento, explica Severo (2007), podem ser distinguidas do resto das notícias pela sua capacidade de estimular adesão ou oposição e, quanto maior a ressonância e a magnitude, maior é a possibilidade de que o enquadramento rememore pensamentos e sentimentos em uma parcela maior da audiência. Para o autor, é importante ressaltar que a adoção e replicação de um *frame*, por parte dos jornalistas e sua retransmissão à audiência, depende da motivação e dos interesses da mídia em relação àquela pauta.

Os *frames* que chegam à mídia por meio das fontes serão “empacotados” de acordo com os interesses dos anunciantes; as considerações individuais dos jornalistas sobre o impacto do que eles produzem para suas carreiras; além do princípio que rege a profissão, que é o de informar o público (SEVERO, 2007, p. 43)

#### 4.1.2.1 Elementos do *frame*

Como já citado neste capítulo, o enquadramento é feito por meio de palavras-chave, metáforas, conceitos, símbolos e imagens enfatizadas em um material. Severo (2007) fez uma síntese de uma divisão de elementos constantes no *framing*, elaborada pela organização *Frameworks* em 2005. Os elementos são: contexto, números, mensageiros, imagens, metáforas e tom.

Adentrando nas características de cada um, o **contexto** é o ambiente ao redor do fato que está sendo abordado, foca nas principais questões e tendências que norteiam o *frame* e apresenta as evidências gerais sobre o assunto. É por meio dele que é retomada a classificação entre *episodic frames* e *thematic frames*.

Os **números** também são elementos considerados importantes na construção de um enquadramento, porém, Severo (2007) indica usá-los com parcimônia, pois podem ter o efeito de fazer o problema parecer maior do que realmente é. “Sozinhos, os dados numéricos podem não ser capazes de criar as ‘imagens na nossa mente’”. Já em conjunto com a narrativa, os números são bastante eficazes para evocar enquadramentos” (SEVERO, 2007, p. 45).

Outro elemento do *frame* é o **mensageiro**, que é a pessoa, entidade ou grupo que se torna o símbolo físico daquele assunto. Ou seja, são aqueles que respondem à questão principal de um tema específico: “quem disse que essa é um problema para o qual eu devo voltar a minha atenção?” (FRAMEWORKS *apud* SEVERO, 2007). A escolha desse “quem” é essencial para o sucesso de um quadro narrativo. Sua aceitação depende de uma avaliação cuidadosa do mensageiro e da mensagem, para que não sejam reforçados aspectos negativos para o público, que pode simplesmente descartar o testemunho do mensageiro, acreditando ser irrelevante. Portanto, o mensageiro deve ser alguém que confira confiança à informação, sob o risco de os receptores não o levarem a sério.

Já as **imagens** — fotografias, ilustrações, gráficos e até mesmo mapas — são importantes, por sua vez, para criar modelos mentais associados àquele assunto, e atuam em conjunto com o texto para ilustrá-lo.

Até mesmo o “lugar” onde a imagem é colocada pode conferir um enquadramento diferente a um assunto, além do seu tamanho e se é colorida ou não. Assim, imagens de pessoas em *close up*, por exemplo, conferem responsabilidade àquele indivíduo em relação ao tema (SEVERO, 2007, p. 47).

Passando ao próximo conceito — o de **metáfora** —, Severo (2007) traz colocação da *Frameworks* (2005) no sentido de estudos sobre cognição afirmam que analogias e metáforas são essenciais para ajudar as pessoas a organizar as informações, de modo a construir imagens em suas cabeças, incluindo fatos e ideias apreendidas previamente e não organizadas mentalmente. Com efeito, as metáforas e analogias serviriam para facilitar a ativação dos esquemas mentais, pelo fato de explicarem de maneira mais simples como determinada questão funciona.

O último aspecto do enquadramento, nesta perspectiva, é o **tom da mensagem**. O tom consiste no estilo conferido a ela: pode ser penetrante, liberal, moderada, conservadora, rude, etc. Segundo Severo (2007), é preciso pensar o tom da mensagem como o foco dado a ela e que irá definir que tipo de apreensão o público terá. Dessa forma, dois caminhos que podem ser seguidos na apresentação de um *frame*: o primeiro diz respeito a uma contextualização do quadro narrativo, tornando-o mais geral, e o outro caminho é mais ideológico e político, pois faz o receptor buscar as suas próprias convicções políticas. Segundo a *Frameworks Institution* (apud SEVERO, 2007), o primeiro “tom” é mais aceito pela audiência por parecer mais razoável. “Assim, por exemplo, se um jornal quer abordar o tema ‘corrupção’, o ideal não é acusar o governo ou instituir culpados, mas focar no problema” (SEVERO, 2007, p. 48).

#### 4.1.2.2 A perspectiva dominante

Diversos autores têm pesquisado o enquadramento das notícias como uma forma de manter uma hegemonia de um dado grupo, pois o *framing* poderia atuar politicamente ao definir problemas, diagnosticar causas, fazer um julgamento moral e sugerir remediações. Nas palavras de Colling (2001, p. 95), “[...] o *framing* passa a ser

uma ferramenta empregada por aqueles que têm poder para transmitir o seu jeito de pensar para os demais”.

Discorrendo sobre esse propósito, Gitlin (*apud* COLLING, 2001, p. 97) descreve o enquadramento como “padrões persistentes de cognição, interpretação, apresentação, seleção, ênfase e exclusão, através dos quais aqueles que trabalham os símbolos organizam geralmente o discurso, tanto verbal como visual”. Como entende Hackett (*apud* COLLING, 2001), a constituição de um enquadramento não é necessariamente um processo consciente por parte dos jornalistas; pode ser o resultado da absorção inconsciente de pressuposições sobre o mundo social no qual a notícia será difundida.

Entman diz que, através do *framing*, é possível verificar quem tem o poder no texto comunicativo porque consegue-se chegar às origens da mensagem, na autoria da informação repassada aos jornalistas. O mesmo raciocínio é possível encontrar em Hall (*apud* COLLING, 2001). Este autor chama a atenção para as rotinas produtivas, ao observar como a mídia reproduz as definições dos poderosos sem estar, num sentido simplista, ao seu serviço. Segundo ele, os veículos de comunicação não se limitam a “criar” as notícias, tampouco a transmitir a ideologia da “classe dirigente”.

Na verdade, sugerimos que, num sentido crítico, os *media* não são frequentemente os *primary definers* de acontecimentos noticiosos; mas a sua relação estruturada com o poder tem o efeito de os fazer representar não um papel crucial, mas secundário, ao reproduzir as definições daqueles que têm acesso privilegiado, como de direito, aos *media* como “fontes acreditadas”. Nesta perspectiva, no momento da produção jornalística, os *media* colocam-se numa posição de subordinação estruturada aos *primary definers* (HALL *apud* COLLING, 2001, p. 97-98).

Conforme D'Angelo (*apud* SOSSETTO; SILVA, 2012), o jornalismo é ideologicamente ligado a princípios do pluralismo. Para ele, os jornalistas, conscientemente, fazem um papel de canal no qual tentam dispor, aos cidadãos, as informações. De acordo com Rossetto e Silva (2012), algumas análises acentuam que o enquadramento jornalístico é modelado por *framing* patrocinados por múltiplos atores sociais que incluem políticos, organizações e movimentos sociais.

A habilidade de um enquadramento dominar um discurso noticioso depende de vários fatores que incluem: fontes econômicas e culturais do patrocinador (daquele que provém a informação), seu conhecimento sobre as práticas jornalísticas e a ressonância do enquadramento como valores políticos plenos/ estendidos (ROSSETTO; SILVA, 2012, p. 11).

Do ponto de vista das ideias, uma das teses centrais do processo de enquadramento é que a ideologia não é vista como uma barreira para a apreensão de novos *frames*. Isso quer dizer que alguém com um posicionamento pré-concebido sobre um assunto não tenderia a excluir novos quadros impostos pela mídia. Com efeito, a ideologia é abordada pela teoria do enquadramento como um esquema que influencia a maneira pela qual as pessoas processam as mensagens midiáticas. Essa interação entre a mídia e a maneira como a audiência apreende os quadros narrativos é chamada por Entman de Modelo de Interdependência.

Outra tese sustentada pelo autor é a de que os pontos de vista abordados nas notícias sobre um determinado assunto afetam, igualmente, as pessoas ligadas a alguma ideologia e aquelas que não possuem compromisso com ideias prévias sobre esse tema. Isso porque as notícias possuem uma aparência de objetividade e neutralidade. Sendo assim, seus enquadramentos tendem a ser mais aceitos do que as mensagens contidas nos editoriais, textos opinativos que representam a visão do veículo de comunicação frente a um assunto (SEVERO, 2007).

Tal colocação reforça o entendimento de que a teoria do *framing* vai de encontro à perspectiva da percepção seletiva, porque, segundo Entman (*apud* SEVERO, 2007), esse modelo suscitaria que as pessoas produzissem e aplicassem seus esquemas mentais de maneira individual. No entanto, a teoria do enquadramento afirma que as posições ideológicas da audiência são produzidas também a partir da socialização. “A cultura política é transmitida, reafirmada e constantemente alterada pela influência dos pais, professores, amigos, líderes e colegas de trabalho que, em sua grande maioria, fazem uso dos meios de comunicação” (SEVERO, 2007, p. 40).

Com o término desta parte do capítulo, que trouxe, de forma geral, a base da discussão da teoria do agendamento e seus efeitos na opinião pública, bem como a discussão sobre o conceito e incidência do enquadramento, passamos no próximo tópico à conceituação das duas ideologias de direita e esquerda. Na análise, buscaremos identificar se a revista *Veja* agenda seus leitores com pautas voltadas à direita ou à esquerda.

## 4.2 Direita e esquerda

### 4.2.1 Surgimento

A dicotomia entre o pensamento associado à direita e ao pensamento de esquerda tem origem na disposição espacial em que se encontravam os membros da Assembleia Nacional durante a Revolução Francesa (1789-1799), formada para decidir os próximos passos da revolução. À esquerda do presidente do colegiado se sentavam aqueles que defendiam a proposta de um governo democrático, igualitário, no qual a população poderia participar das discussões e teria direito ao voto. À direita encontravam-se aqueles ligados à tradição, à realeza, que queriam o fim da revolução e desejavam conservar o sistema monárquico (FIABANE, 1999).

Os ideais que nortearam a revolução foram liberdade, igualdade e fraternidade. No final do século XVIII, a França vivia um contexto de ruptura e, como explicam Visentini e Pereira (2012), era preciso, para a construção de um Estado Moderno, uma profunda alteração na correlação de forças.

O caminho em direção à construção de um Estado Moderno apresentou um sistema feudal que entrava em colapso e o avanço do desenvolvimento das forças capitalistas de produção. Acompanhando tal processo, seria necessário unificar o mercado nacional, racionalizar a produção e a troca, além de destruir as velhas comunidades agrárias. Mas essas transformações não aconteceriam sem uma profunda alteração na correlação das forças sociais (VISENTINI; PEREIRA, 2012, p. 37).

Com esse pano de fundo em vista, a população exigia reformas nas instituições e a queda da monarquia absolutista francesa. Impulsionaram o espírito revolucionário a revolta do povo com a disparidade entre o Primeiro Estado (clero), o Segundo Estado (nobreza) e o Terceiro Estado (o povo), assim como grave crise econômica que assolava o país e as sucessivas crises políticas

Conforme contextualizam Visentini e Pereira (2012), tal situação levou o rei Luís XVI a convocar a Assembleia dos Estados Gerais, fato que não ocorria desde 1614. A assembleia iniciou seus trabalhos em maio de 1789. Dado o embate entre os três estados, o Terceiro Estado desligou-se dos Estados Gerais e autoproclamou-se Assembleia Nacional, em junho do mesmo ano. Um mês depois, percebendo maior adesão ao Primeiro e Segundo Estados, o rei ordenou que eles se juntassem à burguesia para compor a Assembleia Nacional Constituinte.



Em 1791, concluída a elaboração da nova Constituição francesa, foi instituída a Monarquia Constitucional; limitava os poderes do rei e tutelava as massas populares. Porém, a adesão do rei foi apenas aparente. Luís XVI nutria esperanças e arregimentava apoio para retomar seus poderes absolutistas. Percebendo tal desejo, as camadas mais pobres de Paris (a Comuna Paris) passaram a trabalhar pela destituição do rei e a convocação de uma nova constituinte. Com a prisão do rei, num episódio em que Luís XVI tentou fugir, e a monarquia constitucional suspensa, reuniu-se a Assembleia Convencional. Eleita por sufrágio universal, a Convenção instituiu a Primeira República em 1792. Foi neste momento que surgiu a nomenclatura e o simbolismo de direita e esquerda, em razão das discussões das três facções políticas da época. Antes da Revolução Francesa, não existiam partidos; foi a revolução que possibilitou o surgimento dos primeiros de clubes políticos (FIABANE, 1999).

De acordo com Visentini e Pereira (2012, p. 39), o embate na assembleia era feito, **à direita**, pelos os girondinos, que representavam a burguesia mercantil, aceitavam a República — desde que fosse liberal e garantisse o direito à propriedade; **à esquerda**, pelos jacobinos, um grupo menor da burguesia liderado por Maximilien Robespierre, Jean-Paul Marat e Georges Jacques Danton, que colocavam as “razões do Estado Revolucionário” acima de qualquer liberdade ou instituição; e, no **centro**, ficava a planície (maioria), com Sieyès defendendo a união da esquerda e da direita para salvar a Revolução dos perigos internos e externos.

Ao passo que a revolução avançava, por volta de 1792, os desacordos entre os jacobinos (à esquerda) e girondinos (à direita) aumentavam. Os girondinos, que predominavam num primeiro momento, foram acusados de traição; alguns de seus líderes foram levados à guilhotina. Com isso, os jacobinos passaram a ditar os rumos da Assembleia Nacional. Praticantes de uma política radical, sob a influência de Robespierre, os jacobinos adotaram medidas extremas e sufocaram violentamente a contrarrevolução interna através do terror (FIABANE, 1999).

Como explica Ostermann (2014), em um cenário em que a escalada de execuções recrudescia — até Robespierre foi condenado à morte na guilhotina — e o medo tomava conta da população, as deliberações na assembleia tornaram-se secundárias. Ato contínuo à Revolução, houve um golpe de Estado em que ascendeu ao poder Napoleão Bonaparte (1769-1821). Ainda de acordo com Ostermann, após

sua derrocada e a subsequente restauração monárquica dos Bourbons, houve uma reformulação dos grupos políticos, que voltaram a sentar-se separados: a maioria de membros leais à monarquia sentavam-se à direita, os chamados constitucionalistas ao centro e os independentes — liberais revolucionários no sentido social — à esquerda.

#### 4.2.2 Pós-revolução e questionamentos

Depois da Revolução Francesa, os significados atribuídos à direita e à esquerda passaram por algumas transformações influenciadas por contextos históricos e culturais variados. Ostermann (2014) aponta que, nas primeiras décadas do século XIX, a direita era associada a grupos defensores da ordem, sob uma perspectiva conservadora de moral e costumes; e a esquerda era formada por críticos da sociedade hierárquica herdada do Antigo Regime (*ancien régime*) e reivindicava a liberdade de fazer comércio e a garantia de direitos de propriedade.

Como explicam Tarouco e Madeira (2013), essa distinção original entre defesa da ordem ou da mudança, ao longo do século XIX na Europa, passou a ser associada à distinção entre o liberalismo (esquerda) e o conservadorismo (direita). Porém, o liberalismo foi deslocado para a direita com a emergência do keynesianismo — uma teoria econômica oposta ao liberalismo pois defende maior intervenção do Estado — a partir da década de 1930, somado à criação de políticas redistributivas para sustentar o Estado de bem-estar social. Ainda de acordo com os autores, a esquerda incorporou a defesa dos interesses da classe proletária com a expansão do movimento operário e a difusão da perspectiva marxista. Já a direita incorporou a defesa do capitalismo sobretudo após a Revolução Russa de 1917.

Tarouco e Madeira consideram que, apesar desses rearranjos ocorridos no século XX, o significado que vincula a defesa da igualdade social com a esquerda e a defesa do livre mercado capitalista com a direita ainda permanece. Tal entendimento vigora porque a esquerda herdou e cultiva os princípios socialistas. Segundo Giddens (1996), o socialismo baseia-se no que pode ser chamado de um "modelo cibernético" de vida social, um modelo segundo o qual um sistema (no caso do socialismo, a economia) pode ser melhor organizado se subordinado a uma inteligência diretiva (o Estado). Segundo Ostermann (2014), esse fator foi determinante para consolidar posições no espectro ideológico.

Tendo a questão econômica por critério básico na escala esquerda-direita, as posições acabaram se consolidando com socialistas e social-democratas geralmente posicionados à esquerda e liberais e conservadores à direita (OSTERMANN, 2014, p. 16).

Há estudiosos em Teoria Política, porém, que colocam em questionamento a validade e a razão de ser da distinção direita-esquerda como ideologias políticas. Segundo Scheeffer (2014), essa discussão quanto à pertinência da classificação por direita ou esquerda surgiu na metade do século passado, apoiada na ideia de que havia se atenuado o extremismo com que se tinham manifestado os objetivos ideológicos atribuídos aos dois polos, e ganhou força com o declínio União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), em 1991. Diferente de quando o mundo vivia a sombra da Guerra Fria — período de embate nos planos econômico, político-ideológico e militar entre Estados Unidos, de ordem econômica capitalista, e União Soviética, socialista —, esses pesquisadores argumentam que há uma dificuldade de descrever, de forma apropriada, as diferentes posições político-ideológicas somente por direita e esquerda.

Para esses teóricos, as mudanças na realidade política, econômica e social trouxeram consigo maior complexidade, não cabendo mais ser resumidas em ideias de direita ou de esquerda. Discorrendo sobre o tema, Scheeffer (2014) afirma que é um traço marcante da cultura pós-moderna condenar os conceitos de direita e esquerda à obsolescência, sob o argumento de que há uma crescente complexidade do sistema político-partidário e que diferentes grupos políticos, ao fim e ao cabo, formulariam programas semelhantes por compartilharem os mesmos fins imediatos. Porém, o autor reconhece que poucas categorias ganharam tamanha dimensão quanto à díade, pois entende que as pessoas apoiam-se em ideias e conceitos políticos quando emitem opiniões sobre os mais variados temas.

Nossa linguagem cotidiana está repleta de termos como “liberdade”, “igualdade”, “justiça” e “direitos” e, da mesma forma, as pessoas costumam usar palavras como “conservador”, “liberal”, “comunista” e “fascista” para descrever seus pontos de vista e os de outros (SCHEEFFER, 2014, p. 3).

Em complemento à argumentação de Scheeffer, Read (2014) coloca que a maioria das pessoas procura termos simplistas e simplificadores, generalizações cômodas e convenientes, porque elas ajudam em seus discursos e definições. Na

visão do autor, as palavras servem para substituir definições longas e tediosamente complexas. Ele faz um alerta de que “é essencial ter cuidado ao escolher estes termos, pois é comum que tais simplificações gerem truques semânticos e produzam um desserviço para aqueles que as utilizam” (READ, 2014, texto digital).

Já outros eminentes autores discordam da tese do fim das ideologias. É o caso do sociólogo italiano Norberto Bobbio, que dedicou uma obra inteira — *Direita e esquerda: razões e significados de uma distinção política* (1995) — para refutar os argumentos usados para desqualificar a díade, como a crise das ideologias, a complexidade das sociedades democráticas, o surgimento de movimentos não contemplados pela direita ou pela esquerda e problemas que não se enquadram no esquema tradicional. Primeiramente, o autor afasta a premissa de que a queda do Muro de Berlim, em 9 de novembro de 1989, que simbolizou o fim da Guerra Fria, teria sido o episódio determinante para tornar ultrapassada essa divisão ideológica. Na concepção de Bobbio, a distinção entre os dois polos tem uma história e razão de ser que vai além da contraposição entre capitalismo e comunismo, exacerbada durante a Guerra Fria.

Contrapondo à crise das ideologias vista por alguns autores, Bobbio diz que “não há nada mais ideológico do que a afirmação de que as ideologias estão em crise. E depois, esquerda e direita não indicam apenas ideologias” (BOBBIO, 1995, p. 51), já que os dois termos são encarados como programas contrapostos de ideias, interesses e de valorações a respeito da direção a ser seguida pela sociedade. Sobre a complexidade da sociedade tornar inadequada a existência de apenas dois lados no universo político, o sociólogo salienta que a díade não exclui posições intermediárias. Sustenta sua afirmação ao apresentar que existem posições de “centro”, que buscam um espaço entre a direita e a esquerda, e a Terceira Via — esta tende a ir além dos dois opostos e a englobá-los numa síntese superior.

Com efeito, direita e esquerda, para Bobbio, não indicam apenas ideologias; o autor acredita que reduzi-las à pura expressão do pensamento ideológico é simplificação indevida. “Esquerda e direita significa contrapostos com relação a diversos problemas cuja solução pertence habitualmente à ação prática, contrastes não só de ideias, mas também de interesses e de valorações [...]” (BOBBIO, 1995, p.33). A tendência a se alinhar entre um lado e outro nas situações em que há dois

lados, explica sociólogo, é um comportamento natural do ser humano, pois “preenche a necessidade de identificação, a formação de um ‘nós’: nós de direita, vocês de esquerda, ou vice-versa” (IBIDEM, p.11).

Partilhando do mesmo entendimento, Lassance (2013) afirma que direita e esquerda, no debate político, servem como um referencial para que as pessoas possam se orientar diante do mundo. Para assentar a sua tese, o autor vale-se de uma analogia topográfica: “Enquanto o mundo for mundo e houver um polo para chamar de Norte, outro para chamar de Sul, haverá razões para se falar em esquerda e direita” (LASSANCE, 2013).

Ao revisitar a obra de Bobbio, Giddens (1996) lembra que o autor italiano busca defender a relevância dos conceitos de direita e esquerda pelas seguintes razões: i) a política envolve necessariamente oposição, já que sua essência é a luta de ideias; ii) quando um lado prepondera sobre o outro, o mais fraco geralmente tenta assimilar algumas ideias de seus opositores às suas e propagá-las como suas próprias opiniões; e iii) a diferença no tratamento da igualdade: a esquerda defende maior igualdade, ao passo que a direita vê a sociedade como inevitavelmente hierárquica.

#### **4.2.3 O que defendem direita e esquerda**

Giddens (1996) sustenta que, após a dissolução da URSS, muitos socialistas passaram a concentrar suas energias na defesa do chamado o Estado de bem-estar social (*welfare state*) diante dos supostos ataques que este passou a sofrer.

É verdade que alguns socialistas continuam a dizer que o socialismo autêntico nunca foi tentado, argumentando que o desaparecimento do comunismo é um presente inesperado e não um desastre. O comunismo, nessa perspectiva, foi uma forma de dogmatismo autoritário, que derivou de uma revolução traída, enquanto o socialismo reformista do tipo encontrado na Europa Ocidental foi arrasado na tentativa de amoldar-se ao capitalismo, em vez de superá-lo. No entanto, essa tese já está bastante gasta, e os socialistas na maior parte das vezes foram colocados na defensiva, com sua posição na “vanguarda da história” reduzida à tarefa mais modesta de proteger as instituições previdenciais (GIDDENS, 1996, p. 10).

Mas talvez a definição mais clássica e simplória de direita e esquerda tenha sido dada por Bobbio (1995). O sociólogo italiano afirma que a direita se caracteriza pela defesa da liberdade do indivíduo, enquanto que a esquerda busca a igualdade social. A falta de igualdade na visão da direita, pontua o autor, não é algo

necessariamente ruim, já que pautaria a busca por uma sociedade melhor. Pelo seu raciocínio, diferente da esquerda que busca a igualdade de resultados, a direita busca a igualdade de oportunidades. Para um direitista, só seria possível a igualdade de resultados se eles fossem nivelados por baixo. Nas palavras de Bobbio:

Quanto à relação entre a direita e desigualdade, disse e repeti várias vezes que a direita é inigualitária não por más intenções — e portanto, para mim, a afirmação de que o inigualitarismo é a característica principal dos movimentos de direita não se mostra como um juízo final —, mas porque considera que as desigualdades entre os homens são não apenas inelimináveis (ou são elimináveis apenas com o sufocamento da liberdade) como são também úteis, na medida em que promovem a incessante luta pelo melhoramento da sociedade. (BOBBIO, 1995, p. 20)

O autor fundamenta quais são, na sua visão, os princípios pelos quais a esquerda e a direita se constituem. Explana que a esquerda defende as minorias menos favorecidas, e a direita, por oposição, reputa a desigualdade como fatalismo e tem como valor fundamental de uma sociedade a meritocracia.

No nosso tempo, todos os que defendem os povos oprimidos, os movimentos de libertação, as populações esfomeadas do Terceiro Mundo são a esquerda. Aqueles que, falando do alto do seu interesse, dizem que não veem por que discutir um dinheiro que suaram para ganhar são e serão a direita. Quem acredita que as desigualdades são um fatalismo, que é preciso aceitá-las, desde que o mundo sempre foi assim, não há nada a fazer — sempre esteve à direita. Assim como a esquerda nunca deixará de ser identificada nos que dizem que os homens são iguais, que é preciso levantar os que estão no chão, lá embaixo. (BOBBIO, 1995, p. 57)

Partindo desse pressuposto, seria possível concluir, de modo apressado, que políticas que privilegiam gastos sociais seriam de esquerda e aquelas que observam os resultados macroeconômicos e a eficiência do gasto, de direita. O argumento, segundo Tarouco e Madeira (2013), é que gastos sociais, além de afetarem resultados macroeconômicos, são medidas redistributivas e, portanto, associadas a governos de esquerda, enquanto políticas de ajuste seriam preferidas por governos de centro e direita. A inferência, reconhecem os autores — embora questionada em pesquisas sobre processos de transformações sociais e partidárias —, é que tais preferências decorrem dos vínculos com as classes sociais: partidos de esquerda representam classes trabalhadoras e partidos de direita são identificados com proprietários e grupos sociais privilegiados.

Escrevendo sobre a visão de mundo à direita e à esquerda, Consentino (2014) ressalta que o homem de direita é profundo e *estreito*, e o homem de esquerda é profundo e *desordenado*. Para o autor, os indivíduos identificados com os princípios da direita fazem uma distinção mais clara entre o real do ideal (muitas vezes utópico) em suas análises:

Aquilo que os distingue é isto: o homem de direita, rasgado entre uma visão clara da miséria e da desordem humanas e o apelo de uma pureza impossível de se confundir com seja lá o que for inferior a ela, tende a separar com força o *real* e o *ideal*; o homem de esquerda, cujo coração é mais quente e o espírito menos lúcido, inclina-se antes a misturá-los (THIBON *apud* CONSENTINO, 2014, p. 11).

Na questão comportamental, o autor aponta em sua análise que a posição de direita presta deferência à ordem e ao Direito, e, por outro lado, a de esquerda prende seus sentimentos pelos chamados excluídos, os “humilhados e ofendidos”.

À “direita” sempre se inclinará nossa reverência a tudo aquilo que é hábil (*destro*, em italiano), firme, preciso, rigoroso; à atitude “direita” (*droite*, em francês) e “reta” (*right*, em inglês); à posição ortodoxa, sedimentada, consolidada, da ordem e do “Direito” estabelecidos. Do outro lado, a esquerda (*la sinistra*) é a mão débil, minoritária, canhota e canhestra; o lado do “*gauche* na vida”, para onde pendem nossos sentimentos mais cortantes pelos excluídos, pelos “humilhados e ofendidos”: o proletariado, o preso, o pobre, o pária, o preto, a puta (CONSENTINO, 2014, p. 10).

Essa forma de ver a distinção é o que Pondé (2014) apresenta como políticas imaginativas e políticas do ceticismo. A direita, informa o filósofo, enxerga o mundo com mais ceticismo, pragmatismo; desconfia mais das soluções mirabolantes para problemas complexos; ela não aceita as chamadas teorias de gabinete — que, segundo o filósofo, são pensadas por intelectuais nos seus gabinetes com base em um ideal que, na maioria dos casos, está desconectado da realidade concreta. De acordo com Pondé, o homem de direita busca conservar, preservar as instituições e as intuições morais e religiosas que sustentaram a sociedade até aqui. E a esquerda é mais sonhadora, acredita que as mudanças que planeja vão “mudar o mundo”. Em complemento, Coutinho (2014) cita uma passagem de Michael Oakeshott que sintetiza esse pensamento:

Ser conservador é preferir o familiar ao desconhecido, o testado ao nunca testado, o fato ao mistério, o atual ao possível, o limitado ao ilimitado, o próximo ao distante, o suficiente ao abundante, o conveniente ao perfeito, o riso presente à felicidade utópica (OAKESHOTT *apud* COUTINHO 2014).

Nogueira Pinto (1987, *apud* OSTERMANN, 2014) também se vale de uma descrição por conceitos associados à distinção em estudo para esboçar as diferenças entre um e outro pensamento. O autor entende que a direita pode ser caracterizada por: pessimismo antropológico, antiutopismo, direito à diferença, propriedade e antieconomicismo, nacionalismo, organicismo e elitismo. Já a esquerda, por sua vez, é identificada pelos seguintes conceitos: otimismo antropológico, utopismo, racionalismo, linearismo evolutivo, igualitarismo, economicismo, internacionalismo, democratismo e humanitarismo.

Pereira (1997, *apud* BURLET, 2002), ao dizer que a esquerda sempre foi uma posição política que privilegia a justiça social enquanto a direita, a ordem social, argumenta que esses valores são o grande diferencial entre os dois polos ideológicos. Sustenta que, dos dois lados, todos desejam a ordem, a segurança, a estabilidade, a justiça e a equidade — senão a igualdade pelo menos a igualdade de oportunidade. Porém, aponta uma diferença quanto à ordem: quando ela é tão importante para alguém a ponto de não arriscar nada em seu nome, essa pessoa será conservadora, de direita; quando, porém, estiver disposta a arriscar em nome da chamada justiça social, então será de esquerda.

Já Cofrancesco (*apud* BOBBIO, 1995) afirma que o homem de direita é aquele que se preocupa, acima de tudo, em salvaguardar a tradição, enquanto que o homem de esquerda é aquele que pretende, acima de qualquer coisa, romper com privilégios de raça, casta, classe e etc. Na mesma linha de raciocínio, ao falar sobre o que difere basicamente uma ideologia de outra, Azevedo (*apud* GLOBONEWS, 2013) aponta que a direita busca fazer as reformas dentro das instituições, enquanto a esquerda quer reformar as instituições:

Numa sociedade democrática, o conservador conserva as instituições que garantem a democracia, por meio das quais se vai lutar por justiça. Você não vai solapar, portanto, direitos e garantias democráticas para fazer justiça social. E, para mim, hoje, essa é a definição que eu tenho de direita e esquerda: a direita, na democracia, a direita democrática respeita as instituições e quer justiça social igualmente e não entende que solapá-las é positivo. E a esquerda acha que, solapando instituições, consegue fazer justiça e, portanto, isso é positivo (AZEVEDO *apud* GLOBONEWS, 2013).



Lassance (2013) aborda a distinção pela posição frente ao *status quo*. Argumenta que a esquerda questiona e fustiga o *status quo* — algumas correntes, de modo mais radical e revolucionário; outras, de forma moderada, reformista. E, novamente por oposição, a direita quer manter a ordem vigente.

Todos os que partem do princípio de que “um outro mundo é possível”, como se diz no Fórum Social Mundial, são esquerda. Ou, como lembrou o Flávio Aguiar, “esquerdas”. Para fazer jus ao nome, as esquerdas precisam dar consequência ao seu pensamento irrequieto e ao inconformismo em relação ao que está aí semeando e fazendo brotar um outro Estado, uma outra forma de vida material e imaterial (cultural) e novas relações sociais (LASSANCE, 2013, texto digital).

Essa discussão podemos aprofundar em Giddens (1995). Ao falar sobre a evolução social e o radicalismo, o autor inglês esmiúça, no fundo, como o pensamento da esquerda e da direita são opostos. Para ele, as correntes ideológicas de esquerda, por serem progressistas, procuram direcionar a história por meio da superação da tradição e do dogma. Os idealizadores do socialismo, argumenta, acreditavam que, quanto mais o homem conhecesse sobre a realidade material e social, mais seria capaz de controlá-las para seus próprios interesses. “Especificamente no caso da vida social, os seres humanos poderiam tornar-se não só os autores mas os senhores de seu próprio destino” (GIDDENS, 1995, p. 11).

A direita, por sua vez, segundo depreende-se do raciocínio do sociólogo, é avessa a esse rígido controle sobre o homem, além de ser contra a submissão da tradição ao pensamento iluminista — algo como uma espécie de “intervenção controlada” na sociedade e na natureza, como Giddens diz. A direita, principalmente em sua corrente mais conservadora, visa salvaguardar a tradição, os costumes e a ordem social. Nesse ponto, o homem de direita pensa muito mais a consequência de suas ações por receio da imprevisibilidade; ele desconfia de saltos, de rupturas, de processos violentos que destruam a tradição dos costumes; crê na evolução lenta e gradual, de modo natural. Citando o irlandês Edmund Burke, Pondé (2014) aponta que, para o conservador de direita, a sociedade é um contrato entre os habitantes do presente e os do passado e futuro, contrato que homem sempre tem que observar ao tomar uma atitude.

Essa atitude, por sua vez, deve ser tomada levando em conta aspectos única e exclusivamente individuais, já que a direita rejeita o coletivismo da esquerda, a ideia

que ela tem de que, em nome de um “bem maior” coletivo, pode ser subjugado a liberdade de escolha individual (ROSENFELD, 2014, p. 102)

Foi a ideologia de esquerda que construiu a ideia de que o Estado é uma encarnação moral, tendo, em sua elaboração primeira, a tarefa de realizar o bem maior da história, o que implica impor o primado do coletivo sobre o individual. Segundo essa concepção, cabe ao Estado determinar aquilo que é o bem de cada um, como se os indivíduos fossem incapazes de, racionalmente, escolher o que é melhor para si (ROSENFELD, 2014, p. 105).

Esse entendimento sobre a esquerda encontra eco, sobretudo, no socialismo. Por outro lado, Giddens (1995) coloca como um problema, na sociedade moderna, globalizada e cosmopolita, o fundamentalismo na defesa da tradição — um ponto nevrálgico para a direita. Para ele, essa uma postura fundamentalista se torna uma recusa ao diálogo, já que a tradição possui uma verdade própria, sem necessidade de ser justificada.

#### **4.2.4 Particularidades da América Latina**

Ao defender que os conceitos de direita e esquerda ainda são válidos, Magnoli (*apud* RODA VIVA, 2015, vídeo *online*) sustenta, porém, que os sentidos de cada um possuem particularidades na América Latina e no Brasil. Isso ocorreu, segundo ele, por ter havido, ao longo do curso da história, um “deslocamento geográfico” — segundo suas palavras — no sentido político e filosófico dos termos.

O sociólogo entende que, na Europa, atualmente, a esquerda — baseada na corrente social-democrata — quer mais igualdade e entende que a liberdade econômica deve ser restringida em nome de outros bens como a redução da pobreza e a criação de um Estado de bem-estar social. E, para reduzir as mazelas sociais, o Estado tem que ser forte e presente na vida das pessoas para dirimir as desigualdades. Já na América Latina, as principais correntes de esquerda querem um “capitalismo de Estado”, diz Magnoli, e também são “tributárias do populismo latino-americano; elas são autoritárias no sentido de não acreditar no valor da pluralidade da política” (MAGNOLI *apud* RODA VIVA, 2015, vídeo *online*).

O estudioso também vê diferenças, apesar de menores, na direita latino-americana e brasileira. Para ele, o conceito de direita tem dificuldade de aplicação em função das “raízes oligárquicas” dos partidos de direita. “Os partidos de direita na

América Latina, no Brasil em particular, adoram o Estado — aliás, a esquerda também” (MAGNOLI *apud* RODA VIVA, 2015, vídeo *online*). Na América Latina, sintetiza, as correntes de esquerda e direita são um produto de uma história diferente. E, por isso, elas têm discursos diferentes e almejam objetivos diferentes. O caso da esquerda é muito claro, afirma:

A esquerda na Europa aprendeu o valor da liberdade pela aula, a longa aula da tragédia da União Soviética. A esquerda na América Latina se escondeu dessa aula numa caverna que é a caverna da Revolução Cubana. O mito da Revolução Cubana, que condensa o antiamericanismo, serviu de esconderijo para a esquerda latino-americana [...]. Então, a esquerda latino-americana continua falando coisas estranhas aos ouvidos da maior parte das correntes [de esquerda] europeias (MAGNOLI *apud* RODA VIVA, 2015, vídeo *online*).

#### 4.2.5 Classificação dos discursos

Conforme Scheefer (2014), citando entendimento de Giddens (2000), a direita e a esquerda ainda representam pensamentos divergentes quanto ao futuro do *welfare state*. O autor contextualiza que, enquanto que a maioria dos social-democratas defende um Estado com dispêndio elevado, os liberais defendem um Estado mínimo.

De um lado, em prol da justiça a "nova esquerda" abandona o objetivo inicial de abolir o capitalismo e, em vez disso, se contenta em reformá-lo ou "humanizá-lo" por meio de um Estado interventor. Por outro, privilegiando a liberdade individual, o neoliberalismo passa a ser a roupagem da "nova direita", que acreditando nas benesses do mercado defende um Estado mínimo (SCHEEFER, 2014, p. 7).

Prosseguindo em suas colocações, o autor diz que, além de temas como a pobreza e as diferentes concepções sobre desigualdade e de organização do Estado, é possível constatar que outros temas têm relação com essas divergências de pensamento entre a direita e a esquerda, como as causas e formas de superação da criminalidade. Nesse quesito aparecem a meritocracia, individualismo e determinismo social.

Como expõe Souza (2009), a controvérsia fundamental se dá entre os que de um lado compartilham a crença da igualdade de oportunidades que alicerça a ideologia do mérito individual e, por outro, os que acreditam que precondições, não só materiais mas também simbólicas, explicam em grande parte como grupos constroem-se e reproduzem-se como bem sucedidos ou fracassados desde o berço. A direita optaria por defender o primeiro argumento, ao passo que a esquerda, ao negar essa premissa, tenderia a achar mais coerente o segundo. Essas diferentes compreensões explicam os

posicionamentos sobre, por exemplo, a defesa ou não da redução da maioria penal. A direita enfatizando a culpabilização exclusiva dos agentes transgressores defenderia esta iniciativa, ao passo que a esquerda ressaltando o caráter social do crime consideraria estratégias dessa natureza bastante restritivas (SCHEEFER, 2014, p. 7).

Dessa forma, o autor propõe dois quadros sistemáticos, onde coloca como as ideologias de direita e de esquerda se colocam frente a determinados temas. No esquema abaixo, ele coloca temas divergentes quanto às ideologias clássicas.

#### **Quadro 02 - Divergências em relação a temas ligados às ideologias clássicas**

ESQUERDA	DIREITA
A intervenção econômica deve se dar sempre que se julgar necessário.	O Estado deve se abster de questões econômicas já que o mercado se auto-regula como se houvesse uma "mão invisível" orientando esse processo.
A pobreza se dá, sobretudo, por desigualdade de oportunidades. Enquanto problema social, pode ser atacado via programas sociais ou superação da ordem no caso de uma esquerda mais radical.	A pobreza em sua essência é tida como falta de esforço. Dessa forma, sempre existirão ricos e pobres, pessoas mais e menos esforçadas.
A criminalidade pode ser explicada, essencialmente, pela inserção em um contexto social que oferece desigualdade de oportunidades.	A criminalidade é fruto de escolha dos indivíduos, ou seja, de responsabilidade individual dos sujeitos envolvidos.
A carga tributária deve ser extensiva para financiar o Estado e oferecer serviços de qualidade para os que precisarem.	Os tributos são maléficos pois sobrecarregam as empresas e desfavorecem o crescimento econômico.
Defesa de uma ampla legislação trabalhista que normatize o mundo do trabalho.	O mercado de trabalho deve ser desregulado visto que o mercado auto-regula as relações trabalhistas.
Os serviços, sobretudo aqueles estratégicos, devem ser oferecidos pelo Estado.	Buscando diminuir o tamanho do Estado uma boa estratégia é passar para a iniciativa privada serviços que são estatais (privatização).

Fonte: Scheefer (2014, p. 8)

No segundo quadro, antes de apresenta-lo, cabe uma contextualização do raciocínio do autor para fundamentar o esquema teórico. Para Scheefer (2014), os pensamentos à direita ou à esquerda adotaram para si pautas antes não presentes em sua concepção original, como o feminismo, o ecologismo, representação de minorias, discussões quanto a legalidade do aborto e do casamento de pessoas do mesmo sexo, além da descriminalização da maconha. Isso ocorreu, de acordo com o autor, pela transição de sociedades industriais para sociedades pós-industriais.

Nas sociedades industriais as divisões de classe eram relativamente mais claras, por exemplo, o que contribuía para a estruturação do processo político, sistema partidário, competição entre grupos de interesse e o próprio debate ideológico. Já as sociedades pós-industriais são diferentes em vários aspectos. As questões eminentemente materiais ou de sobrevivência se tornam secundárias para uma proporção cada vez maior da população. Em condições mais prósperas, os indivíduos manifestam maior interesse por questões "pós-materiais". Se fazem presentes temas como igualdade entre os sexos, paz mundial, harmonia racial, proteção ambiental e direitos dos animais (SCHEEFER, 2014, p. 9).

Tendo em vista isso, então, o autor sistematiza novos temas da seguinte forma, reconhecendo que o panorama é bastante geral (ressalva essa a qual nós acrescentamos que não considera as diversas correntes de pensamento que integram a direita e a esquerda).

### **Quadro 03 - Divergências em relação aos novos temas**

ESQUERDA	DIREITA
Descriminalização do aborto.	Aborto ilegal.
Liberação do uso da maconha.	Uso ilegal da maconha.
Legalização da união entre pessoas do mesmo sexo.	Proibição da união matrimonial de duas pessoas do mesmo sexo.
Defesa de ações afirmativas para grupos considerados desprivilegiados.	Ações afirmativas tidas como medidas discriminatórias.
Prioridade para a problemática ambiental.	O uso restrito da natureza impede o crescimento econômico.
Religião menos importante.	Religião mais importante.

Uma outra forma de classificação das pautas da direita e da esquerda se dá tomando como base a escala do Manifesto *Research Group* (MRG). O MRG, vinculado ao *European Consortium for Political Research* (ECPR), foi lançado em 1979 com o propósito de estudar os programas dos partidos europeus e resultou em um vasto banco de dados mantido pelo *Comparative Manifesto Project* (CMP), no Wissenschaftszentrum, em Berlim. Por esse modelo, as posições no espectro político são estimadas a partir das suas ênfases programáticas dados a temas específicos. Com efeito, a classificação definida pelo MRG estabelece uma escala ideológica a partir de categorias desenvolvidas para analisar programas partidários, sendo que o terminaria por determinar se um partido é de direita ou de esquerda é a proeminência atribuída a cada questão no programa político-partidário (TAROUÇO; MADEIRA, 2013).

Essa escala é composta por 56 categorias, abrigadas em sete domínios que funcionam como grandes temas: Relações Exteriores, Liberdade e Democracia, Sistema Político, Bem-estar e Qualidade de Vida, Estrutura da Sociedade e Grupos Sociais.

#### **Quadro 04 – Categorias de classificação dos manifestos**

<b>Domínio 1: Relações Exteriores</b>	101 Relações exteriores (especial): positivo 102 Relações exteriores (especial): negativo 103 Anti-Imperialismo 104 Forças Armadas: positivo 105 Forças Armadas: negativo 106 Paz 107 Internacionalismo: positivo 109 Internacionalismo: negativo
<b>Domínio 2: Liberdade e Democracia</b>	201 Liberdades e Direitos Humanos 202 Democracia 203 Constitucionalismo: positivo 204 Constitucionalismo: negativo

<b>Domínio 3: Sistema Político</b>	301 Descentralização 302 Centralização 303 Eficiência Governamental e Administrativa 304 Corrupção 305 Autoridade Política
<b>Domínio 4: Economia</b>	401 Livre Iniciativa 402 Incentivos 403 Regulação do Mercado 404 Planejamento Econômico 405 Corporativismo 406 Protecionismo: positivo 407 Protecionismo: negativo 408 Metas Econômicas 409 Gerenciamento Keynesiano da demanda 410 Produtividade 411 Tecnologia e Infraestrutura 412 Economia controlada 413 Nacionalização 414 Ortodoxia econômica 415 Análise marxista 416 Controle do crescimento
<b>Domínio 5: Bem-estar e Qualidade de vida</b>	501 Proteção ambiental 502 Cultura 503 Justiça social 504 Expansão do <i>Welfare State</i> 505 Limitação do <i>Welfare State</i> 506 Expansão da Educação 507 Limitação da Educação

<b>Domínio 6: Estrutura da Sociedade</b>	601 Nacionalismo: positivo 602 Nacionalismo: negativo 603 Moralidade tradicional: positivo 604 Moralidade tradicional: negativo 605 Lei e Ordem 606 Harmonia Social 607 Multiculturalismo: positivo 608 Multiculturalismo: negativo
<b>Domínio 7: Grupos Sociais</b>	701 Classes trabalhadoras: positivo 702 Classes trabalhadoras: negativo 703 Agricultura, agricultores 704 Classe média e grupos profissionais 705 Minorias desprivilegiadas 706 Grupos demográficos não-econômicos

Fonte: Budge *et al* (apud TAROUCO; MADEIRA, 2013, p. 154)

Para a classificação direita-esquerda, o MRG considera, em uma escala de -100 a +100, que valores negativos representam posições de esquerda e valores positivos representam posições de direita. Portanto, quanto mais próximo de +100, mais a direita o partido estará no espectro político, e vice-versa.

Dessa forma, analisando o quadro exposto por Tarouco e Madeira (2013), podemos identificar — conforme o MRG — quais são as pautas e temas caros, ressaltados no discurso da direita e da esquerda política, já que algumas dessas categorias temáticas são associadas a esta ou aquela ideologia.



**Quadro 05 – Composição da escala esquerda-direita**

ESQUERDA	DIREITA
103 Anti-imperialismo	104 Forças armadas: positivo
105 Forças Armadas: negativo	201 Liberdades e direitos humanos
106 Paz	203 Constitucionalismo: positivo
107 Internacionalismo: positivo	305 Autoridade pública
202 Democracia	401 Livre iniciativa
403 Regulamentação do Mercado	402 Incentivos
404 Planejamento Econômico	407 Protecionismo: negativo
406 Protecionismo: positivo	414 Ortodoxia econômica
412 Economia controlada	505 Limitação do <i>Welfare State</i>
413 Nacionalização	601 Nacionalismo: positivo
504 Expansão do <i>Welfare State</i>	603 Moralidade tradicional: positivo
506 Expansão da Educação	605 Lei e Ordem
701 Classes trabalhadoras: positivo	606 Harmonia Social

Fonte: Klingemann *et al* (apud TAROUÇO; MADEIRA, 2013, p. 155)

Conceitualizado o referencial teórico deste trabalho, dividido entre teoria da agenda, enquadramento e ideologias, iniciamos no próximo capítulo a análise do material da revista selecionado na amostragem.

## 5 ANÁLISE

Neste capítulo destinado à análise, nos dedicaremos a particioná-lo com o intuito de corresponder, primeiramente, aos três objetivos específicos do trabalho, quais sejam: i) caracterizar o pseudoambiente construído pela revista Veja e apresentado à opinião pública em relação à delação da JBS; ii) identificar os elementos que formam o enquadramento das notícias, reportagens e artigos etc. sobre o caso JBS; e iii) perceber se houve agendamento ideológico e direcionamento das pautas, à direita ou à esquerda, pela publicação.

Dessa forma, iniciando das partes para o todo, consideramos que teremos mais subsídios para cumprir com o objetivo geral desta investigação – identificar se a Veja agenda os seus leitores com pautas direcionadas à direita ou à esquerda – e, assim, responder ao problema de pesquisa que nos orienta nesta investigação: de que forma as bandeiras atribuídas à direita e à esquerda são agendadas editorialmente pelas instituições jornalísticas?

Previamente à abordagem qualitativa, faremos um relato de citações do caso nas páginas da revista nas oito edições selecionadas na amostragem. Sem entrar no mérito do conteúdo — ainda —, foi possível perceber, em uma perspectiva quantitativa, que a delação da JBS e sua repercussão nos campos político, econômico e social estiveram colocados entre os principais temas da revista neste espaço de tempo. Isso denota, conforme a teoria da agenda (McCOMBS, 2008), que a Veja valorou o assunto como algo sobre o qual as pessoas deveriam estar municiadas de informação e debater a partir delas.

Demonstra, também, que o assunto se manteve, na média, em posição de destaque na ordem do dia da hierarquia de pautas abordadas pelo veículo durante as oito semanas que analisamos. Esse fluxo contínuo de informações, conforme Hohlfeldt (1997), faz com que o leitor de Veja guarde uma série de informações, consciente ou inconscientemente, sobre o tema e, de certa forma, passe a ser influenciado, de médio a longo prazo, pelas informações recebidas ao longo do período.

É possível perceber que Veja valeu-se de vários instrumentos para manter o assunto em sua agenda. Nas reportagens, pelo menos duas em cada edição abordam a delação — a primeira edição em análise foi a que teve mais, com seis. As colunas “Radar” e a satírica “Sensacionalista” trouxeram o tema com frequência, bem como os artigos e colunas de opinião repercutiram a delação — ora como objeto principal, ora periférico.

Quanto aos gêneros jornalísticos, em observação às edições selecionadas neste estudo, é possível verificar que Veja tratou do tema JBS basicamente ancorada no trio informativo, opinativo e interpretativo, bem como em sátiras de sua interpretação da realidade na já citada coluna “Sensacionalista”.

Abaixo, apresentamos um relato de citações do caso JBS nas oito edições da Veja. A revista é publicada, em média, com 108,5 páginas — há edições com 100 páginas, chegando a até 116 no período de recorte do estudo.

**Tabela 01 - Incidência do tema Delação JBS nas edições analisadas**

<b>REVISTA VEJA – Relato de abordagens da delação da JBS</b>	
<b>Edição 2531 – ano 50 – nº 21 – 24 mai. 2017</b>	<b>Edição 2535 – ano 50 – nº 25 – 21 jun. 2017</b>
Capa/manchete Editorial Coluna satírica “Sensacionalista” – 6 notas Coluna “Radar” – 6 notas Coluna “SobeDesce” – 1 nota Análise - 4 Reportagens – 6 Artigos – 2	Coluna “Radar” – 6 notas Análise – 2 Reportagens – 2 Entrevista – 1 (Fernando Henrique Cardoso)
<b>Edição 2532 – ano 50 – nº 22 – 31 mai. 2017</b>	<b>Edição 2536 – ano 50 – nº 26 – 28 jun. 2017</b>
Chamada de capa Veja.com – 1 notícia Coluna satírica “Sensacionalista” – 2 notas Coluna “Radar” – 6 notas Coluna de frases “Veja Essa” – 1 frase Coluna Dora Kramer Reportagens – 5 Análise – 3 Artigo – 1	Veja.com – 1 notícia Coluna satírica “Sensacionalista” – 1 nota Coluna “Radar” – 2 notas Reportagens – 4 Artigo – 1
<b>Edição 2533 – ano 50 – nº 23 – 7 jun. 2017</b>	<b>Edição 2537 – ano 50 – nº 27 – 05 jul. 2017</b>
Capa/manchete Editorial Carta do leitor – 2 cartas Análise – 1 Coluna satírica “Sensacionalista” – 2 notas Coluna “Radar” – 6 notas Coluna “Gente” – 1 nota Reportagem - 4 Entrevista – 1 (Michel Temer) Artigo – 1	Coluna “SobeDesce” – 1 nota Coluna “Radar” – 3 notas Reportagens – 2 Artigo – 1
<b>Edição 2534 – ano 50 – nº 24 – 14 jun. 2017</b>	<b>Edição 2538 – ano 50 – nº 28 – 12 jul. 2017</b>
Carta do leitor – 2 cartas Coluna satírica “Sensacionalista” – 1 nota Coluna “Radar” – 3 notas Reportagens – 2 Análise – 1	Coluna “Radar” – 2 notas Coluna “Sensacionalista” – 1 nota Reportagens – 4

Tabela: do autor (2017).

Feitas essas considerações de ordem mais quantitativa, passamos no tópico a seguir à abordagem qualitativa. Começaremos com a apresentação do pseudoambiente construído pela publicação em relação à colaboração premiada dos executivos da JBS.

## 5.1 Sobre o pseudoambiente

Antes de começar a caracterização no caso em questão, relembremos em síntese o conceito de pseudoambiente assentado por Lippmann (2008): o pseudoambiente são as imagens que as pessoas constroem da realidade a partir das informações que a elas são apresentadas pelos veículos de comunicação. Isso porque, na sociedade contemporânea, o público não tem condições de estar em todos os lugares ao mesmo tempo, então ele tem contato com fatos por meio de um relato de segunda-mão, via imprensa.

Em nosso tema de pesquisa, percebemos que o presidente da República, Michel Temer, juntamente com Joesley Batista, principal nome à frente da *holding* J&F, controladora da JBS, é o personagem central nas páginas da Veja durante todo o período de análise. O ambiente construído pela publicação — que, segundo a perspectiva do agendamento, é um fragmento da realidade, uma imagem limitada do mundo exterior produzida pelos jornalistas com base na observação empírica (McCOMBS, 2008) — apresenta personagens periféricos que emergem ao destaque e desaparecem na mesma medida. Nessa situação figuram o chamado “deputado da mala” Rodrigo Rocha Loures — filmado em ação controlada recebendo uma mala de R\$ 500 mil, valor que seria propina da JBS destinada a Temer (VEJA, 2017a, p.44) — ou candidatos à sucessão presidencial numa eventual vacância do cargo como o ministro da Fazenda, Henrique Meirelles, ou os presidentes da Câmara, Rodrigo Maia, e do STF, Cármen Lúcia (RANGEL; PEREIRA; BONIN, 2017, p.44-51).

Na reportagem de capa após a delação vir à tona, a Veja afirma que a delação dos irmãos Joesley e Wesley Batista — chamados como “Os reis do abate” por serem controladores da maior empresa de abate de proteína animal do mundo — deixou o país perplexo com as revelações sobre a corrupção nos meios político e empresariais. Essa inferência por parte da revista pode ser sustentada, teoricamente, com base na perspectiva triangular de Lippmann (2008) entre a cena da ação, a imagem daquela cena e a resposta àquela imagem, mas desconsidera as colocações de McCombs (2008) de que a percepção de importância e relevância de um assunto varia de pessoa para pessoa; para a Veja, todo o país soube das informações reveladas na delação e todos, de igual modo, ficaram perplexos, sem variação de intensidade.

Para a Veja, são denúncias dramáticas as afirmações dos executivos da JBS contra os políticos delatados e atingem os principais líderes políticos do Brasil: o presidente Michel Temer, os ex-presidentes Luiz Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff, bem como candidatos do PSDB derrotados nas últimas eleições presidenciais Aécio Neves e José Serra. Todos eles, com variações de intensidade, são atingidos frontalmente pelas revelações: as denúncias pulverizam a carreira política do senador mineiro Aécio Neves; são igualmente devastadoras contra Lula e Dilma; e Michel Temer, por estar no cargo de Presidente da República, é o principal atingido pelo escândalo das gravações ambientais feitas pelo delator Joesley Batista (VEJA, 2017b, p. 44).

À luz do que diz Wolf (2010) no que se refere à tematização proporcionada pelo agendamento midiático, pode-se inferir que há uma tentativa da revista de centralizar e valorar o assunto na ordem do dia do público, com o intuito de gerar uma mobilização em seus leitores contra a corrupção em geral. Isso ocorre quando a revista aponta todas as lideranças, de variados lados do espectro político, na mesma situação, sem fazer uma mensuração da responsabilidade de cada liderança na crise política, econômica e social que o Brasil passa.

Prosseguindo com a descrição, segundo a revista, Temer conseguiu se manter no cargo, apesar da pressão pela renúncia, *impeachment* ou cassação, pelo fato de a frase “tem que manter isso, viu?”, dita pelo presidente em conversa ambiental gravada por Joesley Batista, não se referir diretamente a um aval para a compra do silêncio do ex-deputado Eduardo Cunha, preso em Curitiba desde outubro de 2016 na Operação Lava Jato, como se noticiou inicialmente no momento em que a delação da empresa foi divulgada pelo jornalista Lauro Jardim no jornal O Globo no início da noite de 17 de maio<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> A primeira notícia sobre a delação, publicada às 19h30min do dia 17 de maio, no site do jornal O Globo, contava com o título “Dono da JBS grava Temer dando aval para compra de silêncio de Cunha”, e o subtítulo “Joesley Batista e o seu irmão Wesley confirmaram a Fachin o que falaram a PGR”. No texto, a reportagem afirma que Temer ouviu do empresário Joesley Batista que estava dando a Eduardo Cunha e ao operador de propinas Lúcio Funaro uma mesada na prisão para ficarem calados. Diante da informação, Temer teria incentivado: ‘Tem que manter isso, viu?’. O presidente, em nota, disse que ‘jamais’ solicitou pagamentos para obter o silêncio de Cunha.

Ainda que não se possa acusar Temer de ter maquinado o silêncio de Cunha, a conversa que ele manteve com Joesley Batista é absolutamente inapropriada. [...] Temer ouve, sem esboçar um mínimo sinal de surpresa, o relato de crimes que o empresário vem cometendo. Joesley relatou que estava segurando dois juizes e pagando uma mesada de 50 000 reais a um procurador que, infiltrado, vinha lhe repassando informações sigilosas. Em casas de família, uma cena dessas acaba com a decretação de voz de prisão. No Palácio do Jaburu, Temer disse "ótimo, ótimo" (BRONZATTO et al, 2017. p.42-46).

A aceitação, por parte do Supremo Tribunal Federal (STF), de um inquérito para investigar Temer por corrupção passiva e obstrução de Justiça é considerado pela revista como um duro golpe para o governo, que se viu dependente de sua base parlamentar no Congresso Nacional para continuar com sua agenda política e econômica. A forma como o governo atuou é criticada por Veja em editorial no qual afirma que o presidente vira as costas para o País ao não dar explicações críveis sobre as acusações oriundas da delação (VEJA, 2017c). Como questão de fundo dessa situação, segundo depreende-se da narrativa apresentada pela revista, consta que os integrantes do governo e políticos da base no parlamento estariam se agarrando nos cargos para manter o foro por prerrogativa de função, sendo investigados no âmbito da Suprema Corte onde, supostamente, o andamento de processos é mais lento.

Outro político duramente atingido pela delação foi o senador mineiro Aécio Neves (PSDB). Ele foi gravado por Joesley Batista pedindo R\$ 2 milhões, quantia que seria usada, segundo a defesa, para pagar despesas com processos relativos à Lava-Jato. Pelos relatos da delação da JBS, o senador passou a ser investigado por corrupção, tráfico de influência, obstrução de Justiça e recebimento de propina em campanha. Sua irmã, Andrea Neves, seria a sua operadora em atos ilícitos, diz a Procuradoria-Geral da República. Relata a Veja:

Ex-candidato à Presidência da República, governador de Minas duas vezes, ex-deputado federal e ex-secretário de Tancredo Neves, Aécio encerrou a pior semana de sua vida política na condição de senador afastado por ordem do Supremo Tribunal Federal, presidente de partido licenciado por seus pares, parlamentar ameaçado deter o mandato cassado e cidadão impedido pela Justiça de deixar o país. Mais: teve o primo preso, viu a irmã sendo levada à cadeia e soube que ele próprio só não foi para trás das grades por obra e graça do sacrossanto foro privilegiado. Ao determinar o afastamento de Aécio da atividade parlamentar, o ministro do STF Edson Fachin deixou claro que, se o tucano não fosse senador, ele deveria ser preso por tentar embarçar a Lava-Jato (COSTA, 2017, p. 52-56).

Ambos — Temer e Aécio — alegaram ingenuidade ao terem se deixado gravar em situações comprometedoras, fato esse que foi abordado em análise com tom de reprovação pelo redator-chefe de *Veja* Fábio Altman.

Incapazes de se agarrarem a uma boia que não afundasse, na tentativa de explicar as tortas relações com o empresário moedor de carne Joesley Batista, da JBS, o presidente Michel Temer (PMDB) e o agora afastado senador Aécio Neves (PSDB) buscaram manter-se à tona atrelados a retórica. Na segunda-feira 22, no jornal *Folha de S. Paulo*, ambos usaram a mesma expressão para justificar a língua solta e grampeada - "ingenuidade". [...] Na forma de substantivo feminino (ingenuidade) ou o adjetivo masculino (ingênuo), o socorro vocabular teve o efeito de uma confissão: uma pessoa que se autointitula ingênua está deixando parecer o contrário (ALTMAN, 2017, p. 58-59).

A principal sigla de oposição, o Partido dos Trabalhadores (PT), também viu seus principais nomes atingidos pela colaboração premiada da JBS. Segundo *Veja*, o grupo empresarial teve um salto de faturamento líquido de R\$ 1,9 bilhões para R\$ 170,4 bi — um acréscimo de 8.900% — durante os governos petistas (COSTA; NARCIZO, 2017). De acordo com Joesley Batista, a empresa abriu duas contas na Suíça destinadas a propinas para arcar com despesas eleitorais aos ex-presidentes petistas Lula e Dilma Rousseff. Em 2014, ambas as contas somavam R\$ 150 milhões. Já o ex-ministro da Fazenda durante o Governo Dilma, Guido Mantega, seria o responsável por cuidar dos interesses da JBS junto ao Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).

A bomba que explodiu sobre o colo do presidente Michel Temer e do senador agora afastado Aécio Neves depois da delação de Joesley Batista, da JBS, tinha tudo para autorizar uma semana de calma e celebração para Lula, Dilma Rousseff e outros grão-petistas. Doce ilusão. A coleção de vídeos e transcrições do depoimento de Joesley, dono do conglomerado global no setor de carnes, revela em detalhes como sua empresa crescia e se agigantava à medida que alimentava um propínqueto milionário que abasteceu os cofres do PT por uma década (PRADO, 2017, p. 48-51).

Dessa forma, para *Veja*, todos estão no mesmo barco: as denúncias de corrupção conseguiram o improvável — unir oposição e governo ao pôr Temer, Lula e Aécio contra a Lava Jato. Os três partidos — PMDB, PT e PSDB —, embora se digladiem em público, estão unidos no Congresso para tentar emplacar a anistia ao crime de caixa dois eleitoral e o projeto de abuso de autoridade para limitar o alcance do Poder Judiciário contra a corrupção e pôr um freio nas investigações da Polícia



Federal e do Ministério Público Federal. No Supremo Tribunal Federal, a revista publica que as siglas atuam para tentar reverter o entendimento da Corte de que é possível a execução da pena condenatória a partir de confirmação em julgamento em segunda instância, em tribunal de apelação. Lembra a revista que “Isso livraria Lula de uma eventual prisão e ainda permitiria que ele se candidatasse [à presidência]. Esse é o caminho que o PT decidiu trilhar em busca de sobrevivência” (BRONZATTO; FRAZÃO, 2017, p. 54-55).

### Figura 01 - Políticos se unem contra as investigações



Fonte: Veja, 2017 (d).

Esse cenário de união dos partidos contra as investigações é retratado na capa da edição 2.535 e no material principal da mesma impressão, subdividido em uma reportagem analítica descrevendo o quadro geral no qual cada partido político citado acima se encontra. Vejamos um excerto:

Com seus líderes na mira, PMDB, PT e PSDB selaram um pacto surdo de sobrevivência. [...] O PMDB quer levar Temer ao fim de seu mandato e frear as investigações. O PSDB sonha em voltar ao poder no ano que vem e, de quebra, salvar o mandato de Aécio Neves [...]. O PT, praticamente dizimado,

pretende salvar o ex-presidente Lula da cadeia e, por meio dele, reerguer o partido [...] As três grandes forças políticas do Brasil estão, portanto, numa mesma canoa furada. Têm um sonho impossível: impedir que a Lava-Jato se consolide como a mais bem-sucedida operação de combate à corrupção da história do país (VEJA, 2017d, p. 40-41).

Ainda nesta seara, a revista argumenta que a fragilidade do presidente Temer e de adversários políticos é tudo que o PT deseja para tentar continuar existindo como força política. Com efeito, *impeachment*, cassação de mandato ou eleições diretas fazem parte da conveniente retórica para a narrativa da agremiação.

O PT tentará mesmo é cutucar as feridas dos adversários. O próprio Lula tem encabeçado esse movimento. Na semana passada, o ex-presidente disse que o governo Temer não estava fazendo reformas, mas sim uma demolição. Alguns dias antes, num evento do PT em São Paulo, Lula discursou: "Nunca o Brasil precisou tanto do PT como está precisando agora". Em outro momento de entusiasmo, o líder petista tripudiou: "O Aécio nem está mais fazendo discurso. Eu estou aqui. Olhem a diferença". A nova presidente do partido, a senadora Gleisi Hoffmann, também ré na Lava-Jato, prega na mesma direção: "O ético PSDB virou linha auxiliar do PMDB e seu governo podre, e ainda diz que é para ajudar o Brasil". A senadora apoia a anistia ao caixa dois e o projeto de abuso de autoridade. (BRONZATTO; FRAZÃO, 2017, p. 54-55).

Em todo esse cenário apresentado acima, uma síntese do pseudoambiente da revista sobre a delação da JBS, estão presentes — mais ou menos acentuadas — as características que proporcionam o agendamento para Hohlfendt (2010): acumulação de informações sobre o tema, a consonância das informações e sua onipresença durante o período de análise, com alto grau de relevância, saliência e centralidade frente a outros assuntos que poderiam concorrer pela atenção do público. Nosso tema — a delação da JBS — esteve em todas as edições na ordem do dia e em posição de destaque na hierarquia, conforme definição de Wolf (2010).

### **5.1.2 Aspectos jurídicos e repercussão**

Voltando ao ambiente de informações, trataremos neste tópico mais sobre aspectos jurídicos e outras imbricações trazidas por Veja. Sob o título "Por que ele se deu tão bem", a revista revela como Joesley Batista e Wesley Batista haviam sido

premiados com a delação mais vantajosa fechada no País, e chama atenção para questões técnicas que aumentam a pressão para a revisão do acordo<sup>2</sup>.

Na semana passada, os empresários mostraram que o crime, aliado à ousadia e às boas relações, aparentemente compensa. Os termos do acordo de delação premiada fechado por Joesley e seu irmão com a Procuradoria-Geral da República (PGR) scandalizaram leigos e especialistas. Pelo acordo, homologado pelo Supremo Tribunal Federal (STF), os empresários não passarão um dia sequer na cadeia, não precisarão usar tornozeleira eletrônica, nem cumprirão pena em regime aberto. Seus bens não serão arrestados e seus passos não serão vigiados. Ambos poderão circular livremente pelo país e fora dele. Em troca, além de se comprometerem a não cometer novos crimes e de confessarem os praticados até agora, os irmãos pagarão uma multa total de 220 milhões de reais. Qualquer denúncia já oferecida contra eles será transformada em perdão judicial e nenhuma denúncia futura será apresentada [...]. “É uma anistia plena”, diz o jurista Modesto Carvalhosa, um dos maiores especialistas em corrupção no país (ZALIS, 2017, p. 60-63).

Juridicamente, a revista admite que o desenrolar dos acontecimentos envolvendo a delação da JBS favorecem o presidente Michel Temer: há dúvidas quanto à possibilidade de edição nos áudios entregues pelos delatores à procuradoria como provas válidas em processos penais, questionamentos quanto aos demasiados benefícios concedidos aos irmãos Batista e contestação de o caso ter sido entregue diretamente para a relatoria do ministro Edson Fachin sem ter sido levado a sorteio entre os onze ministros que compõem a Suprema Corte. Mesmo assim, para a Veja,

A questão realmente central, aí, é a seguinte: continua incompreensível, há mais de vinte dias, por que um empresário que confessou oficialmente crimes capazes de lhe render dezenas de anos de cadeia foi perdoado pelo procurador-geral da República, e por um ministro do STF, de todos os delitos que tinha confessado, junto com o irmão, e para o resto da vida; não enfrentará um único processo penal na Justiça brasileira nem ficará um minuto na cadeia. No momento, relaxa no exterior na companhia de seu iate, ou de seus bilhões, ou de outros confortos (GUZZO, 2017a, p. 57).

Em reportagem, a revista alerta que “Essas discussões [processuais] serão analisadas na esfera jurídica e trarão consequências que podem incluir até a invalidação da investigação” (BARROS; ONOFRE, 2017, p. 114).

---

<sup>2</sup> Isso aconteceria posteriormente ao período de análise: em 4 de setembro, o então procurador-geral da República, Rodrigo Janot, determinou abertura de processo de revisão do acordo por omissão de informações por parte dos delatores e pediu a rescisão do acordo ao relator da Lava Jato no STF, Edson Fachin. Wesley e Joesley Batista tiveram sua prisão decretada dia 10 de setembro. Os irmãos se entregaram à Polícia Federal na tarde de 11 de setembro. E permanecem presos preventivamente.

A atuação da Procuradoria-Geral da República também foi alvo contestações registradas nas páginas de *Veja* durante o período da análise. A conduta do procurador da República Marcelo Müller, que teria atuado como consultor da JBS em processos judiciais nos quais a empresa está envolvida mesmo no cargo público e, logo após deixá-lo, engatou trabalho para o conglomerado dos irmãos Batista — segundo *Veja*, o escritório que contratou Miller e fechou a delação teria recebido R\$ 27 milhões. Ainda, que o procurador-geral, Rodrigo Janot, não determinou perícia nos áudios entregues pelos delatores por medo de a delação vazar para os veículos de imprensa. Esses fatos foram trazidos pela revista principalmente em notas na Coluna Radar (edições 2.532 e 2.533).

O presidente da República escapou de processo de cassação no Tribunal Superior Eleitoral (TSE), que analisou em 9 de junho ação que pedia cassação da chapa Dilma-Temer por abuso de poder político e econômico na eleição de 2014, não por questões de fato e Direito, mas por conveniência, aponta reportagem. “O julgamento, tal como foi, só reforça os piores preconceitos sobre o Judiciário — de que julga não conforme a lei, mas conforme a cara do réu” (GONÇALVES; CAMPOS, 2017, p. 46-47).

Como repercussão, as revelações da colaboração premiada geraram pânico na Bolsa de Valores de São Paulo e disparada do preço do dólar em função da ameaça de paralisação das reformas econômicas de cunho liberal pró-mercado do governo.

Na quinta-feira, o dia seguinte ao da divulgação da delação de Joesley Batista, o Ibovespa, o principal índice de ações da bolsa brasileira, entrou em pânico — e caiu 8,8%, o pior resultado desde outubro de 2008, no auge da crise financeira global. Foi preciso acionar o *circuit breaker*, mecanismo pelo qual as vendas de papéis são interrompidas por trinta minutos quando o pregão chega a cair 10%. No dólar, outra paulada. A cotação da moeda americana saltou de 3,13 para 3,39 reais, uma alta de 8,3%, a maior desde 2003. Algumas das maiores empresas brasileiras viram suas ações perder, em instantes, mais de 10% de seu valor. Uma Petrobras inteira evaporou do mercado, somando-se todas as perdas registradas (ALVARENGA; SAKATE, 2017, p. 70-73).

Em função de informações privilegiadas que conteriam, o Banco Central acusa a JBS de lucrar R\$ 600 milhões em operações de câmbio às vésperas da divulgação das informações da delação — transações consideradas atípicas e ilegais pela Comissão de Valores Mobiliários (CMV), órgão responsável pela fiscalização de mercado de capitais (BRONZATTO, 2017). Esse flanco, segundo descreve a revista,

é utilizado pelo governo como uma contraofensiva para aliviar a crise sobre o presidente.

Os desdobramentos da investigação sobre informação privilegiada devem criar mais uma onda de atrito entre a Polícia Federal e a Procuradoria-Geral da República, responsável pela negociação do acordo de delação. Por uma razão, em especial: se ficar provado que delatores usaram a colaboração para cometer um crime, o próprio acordo, selado pela PGR, está ameaçado. Além disso, ele exige que o delator não cometa mais nenhum crime. Se cometeu, mais uma razão para o acordo cair. Depois de duas semanas de tensão, não poderia haver notícia melhor para o governo (VEJA, 2017e, p. 58).

A revista também faz um levantamento da situação econômico-financeira da *holding* J&F, dirigida pelos irmãos Batista e que controla, além da JBS, empresas como Vigor, Alpargatas, Eldorado Brasil e o Banco Original entre outros. Segundo cenário apresentado por Veja, os executivos estariam estudando vender empresas para evitar colapso do maior grupo privado do país.

Além dos inqueritos, existem outros desafios às perspectivas de negócios da JBS. Suas marcas estão sendo boicotadas por consumidores, e grandes grupos varejistas brasileiros e internacionais seguem regras de conduta que os impedem de adquirir produtos originários de companhias acusadas de corrupção. A empresa depende de financiamento farto para bancar as suas operações, e, agora, as suas condições de crédito pioraram. Fontes do setor dizem que o grande trunfo da JBS é captar dinheiro no exterior, a taxas mais baixas, e usar esses recursos para pagar os produtores de gado no Brasil em um prazo de até trinta dias. Se o crédito secar, a operação poderá travar. Por todas essas dificuldades, as vacas leiteiras dos irmãos Joesley e Wesley correm um sério risco de ir para o brejo (MAGLIANO, 2017, p. 60-63).

Diante deste quadro, um dos principais colunistas do veículo, José Roberto Guzzo — que foi diretor de Redação de Veja durante 15 anos (1976-1991) — criticou o fato de governo e oposição usarem da máquina pública para fins pessoais. “O Brasil de hoje é governado por uma usina de reprocessar lixo. Entra lixo de um lado, sai do outro” (GUZZO, 2017b, p. 58-59).

A crítica do colunista vai ao encontro do que conclama a revista em seu posicionamento frente aos fatos. Afetando perplexidade, com a manchete “Basta”, a Veja pede na primeira capa após a divulgação da delação por grandeza dos homens públicos que ocupam postos centrais no poder, para eles ponham os interesses nacionais acima dos pessoais. O sentido é o mesmo do editorial, que aborda a crise deflagrada pela colaboração premiada da JBS sob o ponto de vista jurídico e político. Este segundo é o que mais fragiliza o presidente Michel Temer, que enfrenta pedidos

de renúncia e *impeachment*. Reforça a publicação: “Seja qual for a saída, nesta hora é preciso grandeza” (VEJA, 2017f, p. 12-13).

A crise originada da delação fragilizou o governo. Veja, na sexta das oito edições analisadas neste trabalho, aponta que Temer “encolheu” no cargo de Presidente da República — a reportagem principal da edição é uma espécie de resumo e de reafirmação das informações publicadas e do posicionamento do veículo frente aos fatos até aquele momento.

Com denúncias e acusações surgindo em ritmo quase diário, Temer é hoje um presidente moralmente acossado, politicamente fragilizado e administrativamente atordado, pois seu governo despende mais energia com a polícia do que com a política. Está se apequenando institucionalmente, obrigado a se explicar a todo instante, instado a bater boca com quem chama de “bandido notório” e testemunhando a agonia de amigos (BONIN; BRONZATTO, 2017, p. 48-55).

Frente a essa situação, a revista e seus articulistas apresentam como solução a institucionalidade e a constitucionalidade. Contra a reedição da campanha “Diretas, Já!” levantada pelas esquerdas e por movimentos sociais ligados a alas mais progressistas, a colunista Dora Kramer contra-argumenta também com palavra de ordem: “Indiretas, logo”. Para ela, eleição direta é ficção. A Constituição Federal de 1988 determina, no artigo 81, parágrafo 1º que, em caso de vacância do cargo de Presidência da República faltando menos de dois anos para o término do mandato, a eleição será indireta pelo Colégio Eleitoral formado por senadores e deputados federais (Brasil, 1988). “O momento requer dedicação aos fatos. Não é hora de se distrair com ficções”, afirma Dora Kramer (2017, p. 57).

De solução constitucional quando vice-presidente, Michel Temer na Presidência tornou-se agora um obstáculo à única opção razoável para a administração da crise instalada desde a revelação daquela conversa flagrantemente delituosa com um corruptor confesso: o afastamento do presidente e a realização de eleição indireta pelo Congresso no prazo de trinta dias, nos termos da Constituição. Não tem jeito. Qualquer outro caminho é enganoso ou doloroso (KRAMER, 2017, p. 57).

Tais colocações estão em consonância com o primeiro editorial de Veja após a delação, que baliza o posicionamento da revista sobre os fatos e molda o ambiente de informações apresentado pelo veículo aos seus leitores (VEJA, 2017f).

Feito esse retrato sintético das informações oferecidas por Veja sobre o episódio da delação, podemos tecer alguns comentários gerais. A seleção jornalística das questões mais importantes do dia — no caso de Veja, da semana, já que é uma revista semanal — se dá por meio de procedimentos construídos a partir da interpretação e seleção subjetiva, pelo jornalista, de símbolos, ficções, imagens mentais e estereótipos (PRIOR, 2016). O leitor que se orientou pelas informações publicadas nas páginas da revista teve acesso a um pseudoambiente, aspecto da realidade que, segundo McCombs (2009), pode condicionar sua visão sobre o tema.

Para o leitor de Veja, essa é a realidade lhe foi relatada sobre o assunto e, de acordo com Prior (2016), se a visão propiciada pelo veículo de comunicação for a única fonte de informação que o receptor possui, aquilo que não foi publicado simplesmente não aconteceu para ele. Com efeito, ele fica sujeito a um direcionamento sobre o que e com quais argumentos pensar. E, casualmente, se for debater o assunto com outra pessoa que teve acesso às informações relativas ao assunto por outro meio de comunicação, que tenha retratado o mesmo caso por outro ângulo, pode haver um choque de interpretações e opiniões divergentes.

Findada essa parte da análise, com o objetivo de retratar, de forma sintética, o pseudoambiente e as imagens em nossas cabeças construída pela revista em torno da delação da JBS, passamos na seção a seguir a apontar os elementos de enquadramento das notícias utilizados pela revista no segundo tópico deste capítulo de análise.

## 5.2 Sobre o enquadramento

Para fazermos essa análise do enquadramento feito pela revista Veja em relação à delação dos executivos da JBS, nosso procedimento terá como baliza a assertiva de Entman (*apud* COLLING, 2001) — segundo a qual os *framings* aparecem em palavras-chave, metáforas, conceitos, símbolos e imagens —, associada ao entendimento de Gamson e Modigliani (*apud* COLLING, 2001), que dizem que o enquadramento é transmitido por meio de metáforas, exemplos históricos, citações curtas, descrições e imagens. Assim como as demais orientações dos autores trazidas no referencial teórico, também será de grande valia os elementos constituintes do frame elencados pelo *Frameworks Institution* (*apud* SEVERO, 2007) para podermos tecer nossas considerações.

Fixados esses parâmetros, iniciamos esse trecho da análise. Percebemos que a Veja apresenta a delação da JBS como um problema político, originado de investigações surgidas na Operação Lava Jato e que afeta outras áreas como a economia e em aspectos sociais no país — afinal de contas, envolve os principais políticos brasileiros, um dos maiores grupos empresariais do mundo e as implicações atingem a agenda do governo federal e o ambiente de investimentos e negócios no Brasil. Observar isso é ponto de partida para identificar o enquadramento, segundo Entman (*apud* COLLING, 2001). Passo seguinte, conforme o mesmo autor, é necessário especificar as causas do problema. Para a Veja, é a corrupção praticada por agentes públicos (conforme apontado no tópico anterior sobre o pseudoambiente, a revista coloca todos os políticos no mesmo barco nesse aspecto).

Analisando as edições selecionadas na amostragem, podemos observar que a pauta delação JBS foi tratada como *thematic frames* (SHANTO IYENGAR *apud* SEVERO, 2007), contextualizada e ampliada para um contexto além do policial-judicial. Isso porque o assunto foi relacionado a um contexto mais amplo: foi tratado, de modo direta ou indiretamente, em 113 situações nos mais variados gêneros jornalísticos no recorte temporal deste estudo. A intenção — presumimos — é fazer com que os leitores considerem como uma questão pública importante. Essas inferências ficarão mais claras nas exposições a seguir, as quais abordaremos mais especificamente os elementos contexto, números, mensageiros, imagens, metáforas e tom.

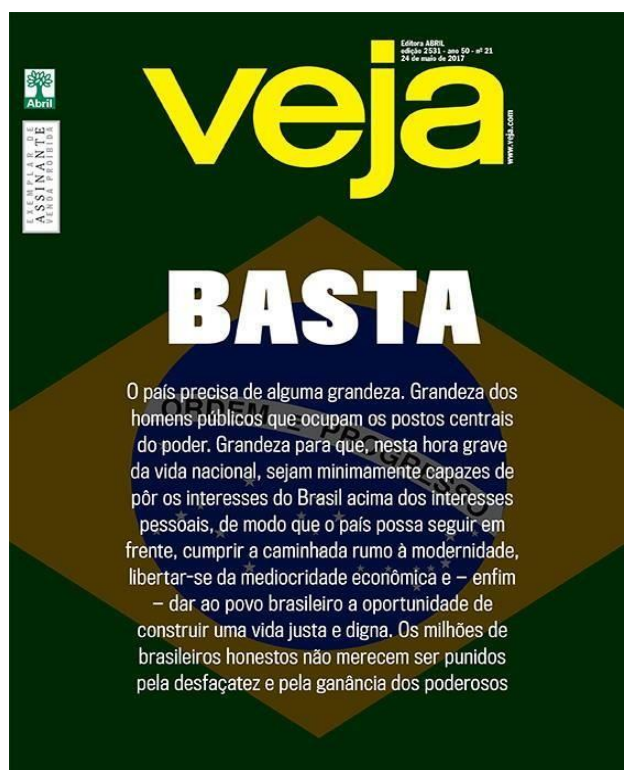
Começando pelo tom, verificamos que a Veja adota um tom crítico contra a corrupção em geral, sem fazer concessão para A ou B. Ou seja, tratando em suas páginas de práticas criminosas imputadas a cada agente público sem, no entanto, atribuir a culpa a um ente específico, mas a um sistema de organização dos Poderes da República que favorece a corrupção endêmica. Essa forma de relatar os fatos noticiosos vai ao encontro do que orienta Severo (2007, p. 48): “[...] se um jornal quer abordar o tema ‘corrupção’, o ideal não é acusar o governo ou instituir culpados, mas focar no problema”.

Ao levarmos em conta somente os títulos das principais reportagens, artigos e colunas de opinião do período de análise, podemos notar que apareceram palavras que ditavam o tom dos textos como “perplexidade”, “choque”, “abismo” e “incerteza”



que deixam o Brasil “um país inviável — quadro esse gerado pelos relatos narrados na colaboração premiada da JBS. Um dos momentos que esse posicionamento e enquadramento editorial da publicação ocorre na manchete da primeira edição após as revelações da delação dos donos da JBS. Nesta oportunidade, podemos perceber que a revista adota um tom de perplexidade, com a palavra de ordem “Basta” de manchete.

**Figura 02 - Primeira capa do período de análise, com a manchete “Basta”**



Fonte: VEJA, 2017f.

No que se refere ao contexto, como já previamente dissemos, o assunto foi tratado de forma *thematic frames*. Os delatores e o presidente da República são os nomes mais frequentes. A revista não deixa de abordar aspectos relativos a outros políticos, tanto da base como da oposição, mas é Michel Temer quem está no centro das atenções sempre. Supomos que é pelo fato de ser ele o principal atingido pelas revelações da delação, revelações essas que são agravadas pelo fato de Temer estar na posição de chefe do Executivo e de Estado no plano federal. Várias reportagens, colunas, artigos e análises em Veja formam um contexto geral sobre a delação. Os assuntos abordados nesses formatos textuais na maioria das vezes completam-se entre si, formando um quadro geral. Adotando o entendimento de Entman (*apud*

SEVERO, 2007), podemos dizer que o material constrói um arcabouço de informações capaz de organizar o entendimento do leitor sobre o tema em questão. Teoricamente: “Mais do que apontar detalhes sobre indivíduos, o contexto foca nas principais questões e tendências que norteiam o *frame*” (SEVERO, 2007, p. 54).

Exemplos das considerações acima: na sétima edição selecionada na amostragem, o editorial (VEJA, 2017c) sustenta que o presidente Michel Temer não se comunica com os brasileiros, apenas faz discurso para que sua base parlamentar não dê o aval para o prosseguimento das investigações contra ele. O assunto é tratado com maior profundidade e amplitude na reportagem de capa, onde lê-se na linha de apoio: “Agora, o futuro de Temer — e do país — está nas mãos dos 513 deputados, parte dos quais batalha para livrar-se da polícia e da Justiça” (BONIN; GONÇALVES, 2017).

Com essa mesma intenção, explorar todos os aspectos do tema, observamos que a revista trouxe toda a trajetória dos irmãos Joesley e Wesley Batista, “protagonistas de uma delação premiada demolidora” (COSTA; NARCIZO, 2017, p. 66-68), explicando porque eles se deram tão bem e o luxo fora do país que asseguram no acordo com o Ministério Público Federal, bem como a contra-ofensiva do governo federal na investigação sobre operações ilegais no mercado financeiro feitas pelos delatores às vésperas da colaboração ser tornada pública (VEJA, 2017e).

Com relação às imagens, elas são instrumentos usados para além da ilustração dos textos: elas reforçam estereótipos e enfatizam episódios dramáticos e detalhes (SEVERO, 2007). Em nossa análise, essa colocação se mostra bastante presente em Veja. O presidente Michel Temer é retratado em capas como se segurando na faixa presidencial, em tamanho inferior ao cargo ao qual ocupa e também fardado para a guerra contra os investigadores da Operação Lava Jato. Dessa forma, com base nestas imagens, pode-se inferir a seguinte leitura: que Temer, um político de expressão inferior acossado pelas investigações, se segura no cargo para manter o foro privilegiado que garante a ele ser investigado no âmbito do STF e, como reação, usa de prerrogativas e influência do cargo para retaliar seus detratores.

Figura 03 - Temer se segura na faixa presidencial à beira do abismo



Fonte: VEJA, 2017g.

Figura 04 - Revista passa a impressão de que presidente é menor que o cargo



Fonte: VEJA, 2017h.

**Figura 05 - Temer fardado para a guerra contra as investigações**



Fonte: VEJA, 2017i.

Nas imagens que acompanham os materiais internos da revista, podemos inferir que elas convergem com o tom que é dado aos textos: de crítica, reprovação, perplexidade etc. no que se refere a um cenário de corrupção generalizada retratado pela Veja. Os personagens são mostrados em situações adversas, sejam de forma cabisbaixa, dando as costas para o público ou como se estivessem tentando escapar dos holofotes ou reagir às investigações. Nessa descrição aparecem, principalmente, os políticos atingidos pela delação. Já os delatores são enquadrados em imagens que os apontam como se tivessem levado vantagem num acordo com o Ministério Público Federal, um perdão judicial desproporcional a quantidade de crimes que teriam cometido e às informações que prestaram à Justiça.



**Figura 06 - Reportagem contextualiza situação do presidente após delação da JBS**



Fonte: VEJA, 2017f, p. 42-43.

**Figura 07 - Aécio é flagrado na saída do Senado após tomar conhecimento da divulgação da colaboração premiada**



Fonte: VEJA, 2017f, p. 52-53.

**Figura 08 - Ex-presidentes petistas acusados por delator de terem contas de R\$ 150 mi**



Fonte: VEJA, 2017f, p. 48-49.

Essas impressões que as imagens causam são agravadas pelo fato de Veja ser uma revista que tem em sua parte visual-gráfica um elemento importante no aspecto editorial do veículo. Em várias oportunidades durante o período analisado, além de as fotos terem tamanho destacado e não funcionarem como apenas uma ilustração, mas uma informação adicional, verificamos que elas contam com títulos dispostos dentro do espaço que ocupam na página. Também percebemos que a revista reproduz imagens de documentos oficiais sigilosos como uma forma de conferir credibilidade às informações, pois têm maior respaldo probatório. Da mesma forma cabe ressaltar que, mesmo sendo imagens de baixa qualidade, a publicação explora bastante reproduções dos vídeos gravados pela Polícia Federal do recebimento de dinheiro em malas de propina. Isso, a nosso ver, faz com que os leitores tenham uma rápida associação do fato específico narrado com o contexto geral ao qual está associado: de denúncias de corrupção envolvendo agentes públicos.

Figura 09 - Imagem e gráfico compõe quadro informativo



Fonte: VEJA, 2017f, p. 70-71.

Figura 10 - “Deputado da mala”, Loures foi filmado recebendo mala de R\$ 500 mil

**BRASIL**

28/04/2017 18:31:50

**CAM 2**

**OUTRO AMIGO** O deputado Leão Loures, com a mala de dinheiro fechada, corre para um local onde receberá sobre eventual derrogação.

ram atrás do amigo do presidente. Em seu escritório, em contramão a muitos investigadores de documentos que foram surgidos a respeito de quem o coronel, além da concessão de receber propina, seria o responsável por resolver posições que financeiramente beneficiam o presidente.

Entre os presentes, comprovantes de pagamento e recibos da empresa de família e também depois do presidente da República. Em uma sala privada, no subsolo do prédio onde funciona a empresa de João Batista Lima Filho, o ministro faz a entrega de pagamentos de serviços executados durante a reforma da casa da psicóloga Mariana de Toledo Temer Latta, filha do presidente. Enquanto isso, havia investido, no investimento, quase em tempo real, ouviam mensagens em um grupo de WhatsApp relacionado a que tinham encontrado em campo. Mais tarde, integrantes do grupo o procuraram, general da República, Rodrigo Janot, acompanhado de outros.

O advogado da empresa é-37, que visita a empresa do coronel Lima, foram comemorados como uma vitória. Tão logo um dos investigadores informou ter encontrado provas de “pagamento de cor e de forma” agentes baseados em Brasília ao apresentarem em pesquisas os nomes que apareciam nos documentos.

Para que papéis, exigiram um delegado da Lava-Jato, estava equipada, pronta para ser desmontada. Um deles menciona um esquema financeiro e informava da casa de Mariana Temer. O documento foi expedido por uma manobra de Guerra, cidade do interior de São Paulo, que favoreceria obras

portas e batentes de madeira maciça. VEJA localizou o dono da empresa, Marcos Lourenço, que usava o documento. Ele diz que, embora o nome tenha sido enviado em nome da filha do presidente, o pagamento foi feito pela empresa do coronel Lima. “Eu contigui o coronel há tempos. Foi a empresa dele que me pagou”, disse. O pagamento foi dividido em várias parcelas — a última, registrada no recibo, tinha o valor de \$500 mil. A reforma da casa, localizada numa área nobre de São Paulo, foi iniciada em 2014 e terminou no começo de ano seguinte. O documento, o filho do coronel se fez o pagamento não significa necessariamente que o filho se beneficiou das despesas da reforma, mas isso que a investigação precisa esclarecer.

Então, papéis há sido comprovantes de utilização de despesas antigas ligadas ao presidente (com dados de 1998), plantar com “movimento de bancadas”, propagação de pagamentos de escritório político do então deputado Michel Temer e uma criação de “movimento de repagamento” sobre corrupção e caso de propina, como ocorreu e responderá pela busca. Também chamou a atenção dos agentes uma nota preta com registros de transferência de moeda estrangeira, contratos de crédito e papéis de uma empresa especializada em transações financeiras na Suíça. Todo o material foi encaminhado para a sede da Procuradoria-Geral da República, em Brasília.

O coronel amigo do presidente ganhou relevância na investigação também por outros elementos. Em diálogo gravado, o coronel Francisco José e Rodrigo Batista Lima, ex-assessor de Temer (gráfico com uma mala com \$500.000 reais, discutem sobre quem poderia ficar encar-

**O QUE A POLÍCIA TEM**  
Áudios captados por escutas ambientais com a negociação em que o deputado pede propina em nome de Temer e vídeos em que ele aparece recebendo parte do dinheiro

**O QUE DIZ O PRESIDENTE**  
“Eu acho que ele foi vítima de uma armação, uma armação que começou lá atrás. Ele entrou nessa armação, nessa coisa urdida, muito bem construída, muito bem pensada. Tenho impressão de que ele foi vítima disso”

regado de receber os pagamentos de propina da empresa dali em diante. Lourenço diz que “o coronel” não poderia mais ficar com essa mala, razão pela qual seriam apresentados os documentos para encerrar a urdid.

A Procuradoria sustenta que o coronel em questão seja João Batista Lima Filho e a delação uma série de medidas para esclarecer a vida financeira do ex-ministro. Entre elas está uma doação de uma casa de férias por sua empresa. A mala importante empresa do coronel, a Argemir, começou a ganhar contratos públicos quando Temer era secretário de Segurança de São Paulo. Ao longo dos anos, as negociações se ampliaram. Com Temer à vice-presidência, no governo Dilma Rousseff, a Argemir passou a participar de contratos com grandes construtoras e grandes empresas de obras. Um único, de 162 milhões de reais, destinava-se à execução de parte das obras da usina nuclear de Angra 3. Candidato a deputado, o dono da Argemir, José Antonio Sobrinho, contou que, durante o processo, o coronel Lima o procurou e pediu 1 milhão de reais para a “campanha de Temer”.

De acordo com o PM paulista, com salário de 20.000 reais, Lima Filho teria se um milhão. Seu patrimônio declarado foi de 14 milhões de reais. Semelhante aos registros em seu nome e em de suas empresas está uma fazenda em Guaratuba, no interior paulista, que Temer costumava frequentar. No dia seguinte, em entrevista à VEJA, Temer afirmou a amizade com o coronel, mas negou que tenha alguma relação financeira com ele ou com a família. Diz-se o seguinte diálogo:

As denúncias de que o coronel Lima teria recebido 1 milhão de reais são infundadas? Isso ocorreu durante a gestão de agosto, com o coronel, que veio a ser despedido por José Batista, mas quem fez a denúncia foi o coronel Lima? Não é uma figura preta?

O coronel Lima afirmou a veracidade do dinheiro nas suas campanhas? Não. Não. É o organizado a administração a uma campanha.

O senhor se usa família tem algum tipo de relação financeira com o coronel Lima? Não.

Os procuradores compraram sua relação com o coronel Lima de Lala com José Carlos Marim, Coronel do Lima.

O presidente contou que, no máximo, recorreu à ajuda do coronel Lima para convencer os donos de uma — um caso fraudado, um problema na ligação elétrica — a ser pago pelos serviços. Como, também, que há cerca de quinze anos fez uma reforma em sua própria casa e o coronel, supostamente, que ele se encarregou da tarefa.

Fonte: VEJA, 2017j.



**Figura 11 - Em arte montada sobre foto, Veja deduz o interesse dos investigados**



Fonte: VEJA, 2017i, p. 50-51.

Um outro elemento que pode, em um primeiro momento, ser visto como uma linha auxiliar do texto mas que tem grande importância para ter-se dimensões dos fatos são **os números**. Em nossa análise, notamos que eles são usados em muitos momentos em gráficos ressaltados na diagramação das páginas para expor o tamanho dos lucros que a JBS teve ao manter relações supostamente criminosas com políticos para contar com vantagens em relação às suas concorrentes. Também como consequência da delação do grupo empresarial, Veja também apontou, por exemplo, o tombo que as ações da *holding* controladora da JBS levou na Bolsa de Valores após as revelações da colaboração premiada, além de que a incerteza quanto à viabilidade política da agenda política e econômica do governo pode comprometer a retomada do crescimento econômico.



**Figura 12 - O salto da JBS nos governos petistas**

reais. Seu crescimento, nesses treze anos, foi de 8900%. Nem Warren Buffett ganha tanto em tão pouco tempo.

A origem da JBS remonta a um açougue aberto em 1953 por José Batista Sobrinho, pai de Joesley e Wesley. Era a Casa de Carnes Mineira, em Anápolis, no interior de Goiás. O empreendimento prosperou como um dos primeiros fornecedores de carne bovina para os canteiros de obra de Brasília. Mas o grande salto ocorreu a partir de 2007, quando, sob a gestão de Joesley, adotou o nome JBS e abriu o seu capital na bolsa de valores. Escolhida pelo governo Lula para ser uma das “campeãs nacionais” para conquistar o mundo, a companhia recebeu seguidas injeções de capital do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). Foram feitos investimentos de 8 bilhões de reais, a maior parte não por meio de empréstimos, e sim pela compra de participação acionária realizada por intermédio da BNDES Participações, a BNDESPar, o braço de investimentos do banco estatal. Hoje, 21% do capital total é controlado pela BNDESPar.

Os irmãos Batista aproveitaram-se de sua proximidade do poder para assegurar também o apoio dos bilionários fundos de pensão das estatais, foco das investigações da Operação Greenfield, da Polícia Federal. Foi com a ajuda da Funcef, da Petros, da Previ e da Postalís que a J&F, a holding dos controladores da JBS, fundou a Eldorado Celulose. A J&F também obteve empréstimos de bancos estatais: a Caixa Econômica financiou 100% dos 2,7 bilhões

de reais desembolsados pela J&F para a aquisição da Alpargatas, em 2015, com carência de dois anos para pagar.

Nos últimos anos, os irmãos planejavam transferir a sede de seus negócios para a Irlanda, país conhecido pelos impostos baixos. Ao mesmo tempo, a companhia passaria a ter ações negociadas na Bolsa de Nova York. O plano agora foi abortado por tempo indeterminado. Mas os Batista continuam nos Estados Unidos e, dizem os amigos, tão cedo não devem voltar ao Brasil. ■

Com reportagem de Bianca Alvarenga e Marcelo Sakate



Fonte: VEJA, 2017f, p. 68.

Como observamos e temos tratado aqui — de que a revista, em seu enquadramento, busca denunciar a corrupção —, um expediente bastante usado nesse sentido é, em praticamente todos os textos, conferir destaque aos valores supostamente pagos em propinas. Aqui aparecem, como trouxemos anteriormente na seção do pseudoambiente, os R\$ 500 mil em uma mala que o ex-deputado e ex-assessor da Presidência da República Rodrigo Rocha Loures foi filmado carregando em ação controlada da Polícia Federal; os R\$ 2 milhões pagos ao senador mineiro Aécio Neves (PSDB) pelo empresário delator Joesley Batista; os R\$ 150 milhões que teriam sido pagos, em contas secretas na Suíça, pela JBS aos ex-presidentes Lula e Dilma Rousseff em troca de eles defenderem interesses do grupo empresarial.

Esses valores aparecem tanto em títulos, linhas de apoio dos mais variados formatos textuais, bem como nos corpos dos textos. Em todos os casos, percebemos que os números são abordados dentro de uma narrativa. Nunca aparecem de modo desconexo. Nesse sentido, a revista atende a uma indicação de Severo (2007), segundo o qual os dados, sozinhos, não têm força para criar um enquadramento; eles precisam estar acompanhados de uma narrativa textual. “É preciso nortear as

estatísticas com uma história que diga o que está acontecendo, quão grande um problema é, e o que pode ser feito sobre ele” (SEVERO, 2007, p. 45-46).

Passando à parte das metáforas e analogias, que, segundo Severo (2007), ajudam os leitores na ativação dos chamados esquemas mentais ao simplificar questões mais complexas, percebemos que a revista faz uso pontual desses instrumentos. Chama atenção que em vários momentos o já citado “deputado da mala” para se referir ao ex-assessor Rodrigo Rocha Loures; que os irmãos Batista são chamados de “Os reis do abate” em título de reportagem (COSTA; NARCIZO, 2017) pelo fato de serem donos da maior empresa de abate animal do país e, implicitamente, com a delação, terem comprometido judicial e politicamente vários políticos com as revelações de esquemas de corrupção.

Observamos analogia com a derrota vexatória do Brasil nas semifinais da Copa do Mundo de 2014, no Estádio Mineirão, para a Alemanha por 7 a 1, quando a revista intitula reportagem com “Corrupção 7x1 Brasil” (VEJA, 2017b). O intuito seria passar a mensagem de que os interesses da nação brasileira estão sendo esquecidos e que esta está sendo derrotada pela corrupção desenfreada. Já quando do movimento dos donos da JBS para selar acordos com as autoridades do Judiciário e vender ações para evitar o colapso financeiro do grupo, a revista questiona, com a imagem do animal com as marcas impressas em seu corpo, “A Vaca foi para o brejo?” — uma expressão popularmente usada quando algo dá errado, não sai conforme o esperado.

**Figura 13 - Analogia com expressão popular**



Fonte: VEJA, 2017g, p. 70-71.

Extravasando o limite do factual, a coluna “Sensacionalista” adota um tom de descrédito e desolação com a política e com a Justiça, e publica textos e imagens cheios de metáforas, analogias e referências da realidade. Esse formato de sátira, supomos, faz com que a mensagem — e seu enquadramento — sejam facilmente entendidos pelos leitores. Como escreve Severo (2007, p. 56), essas imagens que as metáforas e analogias proporcionam “fornecem entendimento sobre um problema e as soluções associadas a ele pelo fato de explicarem de maneira mais simples como essa questão funciona”.

Algumas das referências e analogias feitas pela coluna durante o período de análise dizem respeito a:

– o fato de políticos quererem manter seus cargos em Brasília e contarem com foro privilegiado para poderem ser investigados no âmbito do STF, onde há a percepção de maior lentidão e garantismo legal do que em tribunais inferiores e, ainda, faz um trocadilho com a palavra de ordem que opositores do governo — principalmente partidos, partidários, movimentos sociais e entidades da sociedade civil ligados à esquerda — que bradam “Fora, Temer!”; na coluna virou “Foro, Temer!”, com a imagem de Rodrigo Rocha Loures;

**Figura 14 - “Foro, Temer!”**



Fonte: VEJA, 2017j, p. 43.

- Em uma outra referência ao "Fora, Temer!", a coluna publica que os únicos que gritam "Dentro, Temer" — já que o presidente conta com aprovação baixa no país — são os detentos do presídio da Papuda, casa prisional de Brasília conhecida por abrigar políticos apenados;

**Figura 15 - “Dentro, Temer”**



Fonte: VEJA, 2017f, p. 35.

- A união do governo e do PT — antigos aliados antes do processo de impeachment de Dilma Rousseff em 2016, já que Michel Temer era vice-presidente dela na chapa eleita em 2010 e reeleita em 2014 — é apontada como um milagre patrocinado por Joesley Batista. Para a coluna, o milagre tão grande que até o Vaticano estaria analisando a canonização do delator;

**Figura 16 - O milagre de Joesley**



Fonte: VEJA, 2017d.

- sobre o senador Aécio Neves (PSDB-MG), a coluna levanta em diversos momentos que o político estaria sendo protegido por investigadores e Judiciário – essa acusação parte principalmente de setores da esquerda, como reação à celeridade das investigações contra políticos do PT, por exemplo. Registrando essa acusação, a coluna "informa" que o deputado cassado e preso em Curitiba na Lava Jato Eduardo Cunha apresentou ao STF uma certidão de nascimento com o sobrenome "Neves" para dispor do mesmo tratamento e benefícios que Aécio.



**Figura 17 - Tratamento diferenciado aos Neves**



Fonte: VEJAd, 2017, p. 35.

Depois desse relato, de modo sintético, dos cinco primeiros elementos do enquadramento segundo o *Frameworks Institution* (apud SEVERO, 2007), chegamos ao último deles: o mensageiro. Percebemos que a maioria das reportagens e notas como na Coluna Radar em Veja são fundamentadas em relatos feitos em *off*, ou seja, quando o repórter guarda sigilo de sua fonte. Isso não quer dizer, no entanto, que os textos não contêm informações relevantes; eles são fundamentados, além das fontes em *off*, em investigação jornalística, em análises de documentos, correlação e cruzamento de informações colhidas com diversos atores com envolvimento no assunto, e — o que mais nos chamou atenção: no relato baseado na observação empírica e no tino jornalístico do repórter para montar o quebra-cabeças de informações e trazer esses fragmentos da realidade ao leitor.

Pelo menos nas reportagens, notícias e notas, contraria, em certa medida, o que dizem os teóricos do *framing*, que sustentam que o mensageiro é aspecto essencial de um enquadramento (SEVERO, 2007). Porém, quando os textos apoiam sua narrativa em mensageiros, o fazem com mensageiros que possuem certo respaldo na opinião pública e entre os leitores, obedecendo a ressalva feita por Severo (2007) de que a escolha do “quem” há de ser cuidadosa para não reforçar aspectos negativos no público fazendo com que este descarte o testemunho. Salvo, em casos concretos observados na revista, de políticos e empresários que, mesmo suspeitos

de cometerem crimes, têm que ser ouvidos pelo princípio do contraditório e, também, em casos de fornecerem furos jornalísticos.

Fechado este tópico, onde analisamos aspectos do enquadramento noticiosos presentes em Veja quando do tema delação dos executivos da JBS, entramos na parte seguinte deste trabalho na parte destinada à análise de eventuais direcionamentos editorial da revista para o espectro ideológico da direita ou da esquerda.

### **5.3 Sobre direita e esquerda**

As informações e colocações apresentadas nos dois tópicos acima — sobre o pseudoambiente e sobre enquadramento — serão levadas em consideração em nossa análise neste capítulo, no qual também traremos outros elementos para endossar nossas considerações. Primeiramente, cabe lembrar, em síntese, o que vem a ser a direita e a esquerda em termos de ideologia política e de visões de mundo divergentes.

Conforme apresentados em nosso referencial teórico, as distinções surgiram com a Revolução Francesa e, segundo definição de Bobbio (1995), a direita valoriza mais liberdade econômica em seu discurso, enquanto a esquerda opta por ressaltar a busca pela igualdade entre os membros da sociedade. Quanto aos comportamentos atribuídos a pessoas de direita, os autores apontam que se sobressaem um certo conservadorismo social e o desejo por mudanças lentas e graduais, dentro da ordem instituída (AZEVEDO *apud* GLOBONEWS, 2013); já as correntes de esquerda querem romper com a ordem e o *status quo* para conseguir seus objetivos (LASSANCE, 2013).

Em nossa análise das edições da revista Veja, notadamente no tema da colaboração premiada dos dirigentes do grupo empresarial JBS, percebemos que a publicação não procura se colocar como parte, institucionalmente, no debate referente ao espectro político-ideológico. A revista também não pautou o assunto, ou seja, não procurou discutir se o problema de corrupção tornado público com a delação tem a ver com práticas político-ideológicas possivelmente de direita ou de esquerda.

Um outro ponto que cabe ressaltar é que, em poucos momentos, percebemos a Veja associar os políticos ou agremiações partidárias à esquerda ou à direita — mesmo que sua plataforma ou, em caso de partido, traga no próprio nome a orientação

ideológica. De certa forma, essa percepção contrasta com a assertiva de Bobbio (1995, p. 10), para quem o antagonismo entre a direita e a esquerda “está aí, desenfreada, de maneira até mesmo grotesca, nos jornais, no rádio e na televisão, nos debates públicos, nas revistas especializadas de economia, de política, de sociologia”. Quando a revista trouxe de forma mais acentuada a discriminação, como em artigo de J.R Guzzo, o autor trata a questão dentro de um cenário em que os políticos importam-se mais em colocar a máquina pública a serviço de seus bolsos; por isso, para Guzzo, o PT deixou de ser esquerda pois a sigla, quando esteve no poder em âmbito federal, supostamente não teria dado atenção às pautas da esquerda em razão de interesses pessoais de seus membros (GUZZO, 2017b, p. 58-59).

No mérito das matérias, é possível encontrarmos traços de temas que são caros à direita ou à esquerda segundo esquemática do Manifesto *Research Group* — abordada Tarouco e Madeira (2013) e contextualizada em nosso referencial teórico —, assim como exposições que permeiam as divergências clássicas entre direita e esquerda, sobretudo na intervenção do Estado na economia, de acordo com Scheefer (2014).

Percebemos que a revista, conforme já expomos nesta análise, considera como problema principal, revelado pela delação da JBS, é a corrupção generalizada de agentes públicos. Porém, em várias situações durante as oito edições que analisamos, a *Veja* se posiciona editorialmente de forma cautelosa e procura ressaltar que o andamento dos processos deve se dar conforme ditam as regras e as normas instituídas — essa, como podemos depreender dos autores que trabalhamos, é uma bandeira mais associada à direita: leis e a ordem vêm em primeiro lugar (PEREIRA *apud* Burlet, 2002).

Essa defesa fica evidente em situações nas quais a publicação rebate a defesa por eleições diretas com o argumento de que contraria dispositivos da Constituição. Para sustentar essa entendimento, por exemplo, a colunista Dora Kramer escreveu que uma eventual substituição de Michel Temer teria que se ocorrer por eleições indiretas, pelo Congresso Nacional. A colunista cita em sua argumentação a própria situação do presidente: Temer foi alçado à condição como solução legal pelo



impedimento da então presidente Dilma Rousseff, como mandava a Constituição (KRAMER, 2017, p. 57)<sup>3</sup>.

O constitucionalismo, uma característica da direita segundo o MRG (TAROUCO; MADEIRA, 2013), também aparece em outro artigo, de J.R Guzzo sobre o mesmo assunto. Além de defender as saídas apontadas na Carta Magna, o articulista se mostra fortemente contra Lula, ex-presidente do país e o maior nome da esquerda política. Guzzo argumenta contra aqueles que desrespeitam o texto constitucional “em nome de altos interesses nacionais”.

Corruptores confessos, entre os maiores já registrados na história mundial da compra de políticos com dinheiro vivo [*referência aos irmãos Wesley e Joesley Batista e a diretores da JBS*], ganham um inexplicável perdão perpétuo para seus crimes por decisão do procurador-geral da República e de um ministro do Supremo Tribunal Federal; em troca, acusam o presidente da República de chefiar uma quadrilha de bandidos. Solução proposta pela sabedoria nacional, após dez minutos de desconforto: mudar a Constituição para fazer eleições “diretas já” e, em seguida, entregar a um outro o lugar do presidente atual (GUZZO, 2017c, p. 56-57, trecho em itálico complemento do autor).

Com isso, Guzzo sustenta que “A proposta de ‘eleições diretas já’, apresentada como elemento capaz de promover uma faxina geral, cai por terra quando há prognósticos de que, com ela, tudo voltaria a Lula” (IBIDEM).

Um outro traço encontrado na direção de procura por estabilidade na análise das edições de Veja foi a preocupação que as denúncias de corrupção envolvendo políticos de diversas legendas — o presidente da República em particular — possam afetar a recuperação do crescimento econômico do país e a retomada de condições favoráveis ao mercado de trabalho. Isso faz com que a revista analise com prudência possíveis saídas para a crise originada com as revelações dos executivos da JBS em delação. Como quando, em reportagem publicada na segunda edição de nossa amostragem, a Veja apresenta os cenários possíveis naquela data. Segundo o texto, os políticos “tentam encontrar uma saída honrosa” para Temer, e que esta saída poderia ser a cassação da chapa Dilma-Temer pelo TSE. Além de essa possibilidade

---

<sup>3</sup> Esta hipótese que perdeu força após o período de nossa análise pois a cassação da chapa foi rejeitada pelo TSE, o presidente afastou a possibilidade de renunciar e as duas denúncias apresentadas pela PGR em função da delação da JBS foram rejeitadas pela Câmara dos Deputados - a primeira foi negada em agosto e imputava a Temer o crime corrupção passiva, e a segunda denúncia, de organização criminosa e obstrução de Justiça, foi negada em outubro.

ter se confirmado — o tribunal eleitoral absolveu a chapa por 4 a 3 em julgamento finalizado dia 9 de junho —, a revista coloca que “o principal fator para que Temer continue no cargo é a falta de um nome para suceder-lhe” (RANGEL; PEREIRA; BONIN, 2017, p. 44-51).

No plano econômico, notamos que a revista coloca sempre no debate as preocupações macroeconômicas, postulados à direita segundo Tarouco e Madeira (2013) pois a direita tem por característica privilegiar a eficiência do gasto público. Em reportagem com o título “O efeito Joesley”, o veículo registra que a crise política agravada pelas revelações dos executivos da JBS acentuaram a preocupação com o colapso das finanças públicas e que o governo pode não conseguir fechar as contas da União por causa do teto dos gastos públicos, pressionados pela elevação dos gastos com a Previdência Social. Soma-se a isso a desvalorização do Real e a alta da inflação se o governo, enfraquecido com as denúncias de corrupção, não conseguir aprovar as reformas liberalizantes da economia (GUANDALINI, 2017, p. 70-71).

Em contraponto a esse eventual direcionamento à direita que identificamos, por outro lado, verificamos que a revista fornece munição, mesmo que involuntariamente ao relatar fatos, para a esquerda política a fim de que esta possa se reabilitar depois de ter perdido o poder após o processo de impeachment em 2016. No governo federal de 2003 a 2016, a aliança liderada de partidos de esquerda e de centro-esquerda liderada pelo PT perdeu prestígio e apoio popular com as denúncias de corrupção surgidas no processo do chamado Mensalão, em 2006, e com a Operação Lava Jato, deflagrada pela Polícia Federal em 2014 a partir de Curitiba. Com as denúncias corroboradas com a delação da JBS, os holofotes saíram de cima do PT e passaram para seu antigo aliado, o PMDB — partido da base do governo petista até março de 2016, quando a executiva nacional da sigla decidiu romper a aliança, e que tinha eleito na chapa vencedora das eleições nacionais de 2010 e 2014 Michel Temer como vice-presidente da petista Dilma Rousseff. Ao nosso ver, a Veja reconhece essa interpretação na reportagem intitulada “O último grito”, publicada na quinta edição que analisamos.

A estratégia do partido é fortalecer-se com a fraqueza do governo do presidente Michel Temer. Por isso, impeachment, cassação de mandato ou eleições diretas fazem parte apenas da conveniente retórica. Não são reais. O PT tentará mesmo é cutucar as feridas dos adversários. O próprio Lula tem encabeçado esse movimento. Na semana passada, o ex-presidente disse que o governo Temer não estava fazendo reformas, mas sim uma demolição.

Alguns dias antes, num evento do PT em São Paulo, Lula discursou: "Nunca o Brasil precisou tanto do PT como está precisando agora". Em outro momento de entusiasmo, o líder petista tripudiou: "O Aécio nem está mais fazendo discurso. Eu estou aqui. Olhem a diferença" (BRONZATTO; FRAZÃO, 2017, p. 54-55).

A relação entre PT, PMDB e os irmãos Wesley e Joesley Batista, donos do frigorífico JBS, também merece especial atenção nesse contexto. A JBS teve um alto crescimento nos 13 anos de governos petistas, como já mencionamos, mas em sua delação o principal atingido foi o PMDB e o presidente Michel Temer. Já o PT, partido que detinha a máquina pública federal, é, de certa forma, poupado pelos colaboradores premiados quando comparado à amplitude de provas documentais, gravações de áudio e vídeo e depoimentos contra políticos peemedebistas e do PSDB. A *Veja* não pautou essa questão de modo específico; apenas mencionou, de forma secundária, como contexto geral, em reportagens e outros formatos textuais que abordam a trajetória dos irmãos Batista (COSTA; NARCIZO, 2017) e o porquê dos demasiados benefícios concedidos aos dois principais delatores da JBS (ZALIS, 2017).

Em outro flanco do debate partidário, a *Veja* também letigima — mesmo que de forma satírica na coluna "Sensacionalista" — as críticas dos partidos e movimentos ligados à esquerda quanto a uma suposta seletividade dos investigadores e magistrados envolvidos com a Operação Lava Jato. Segundo essa interpretação, as investigações teriam o PT como alvo e estariam poupando o PSDB — legenda derrotada nas últimas quatro eleições presidenciais pelo PT — e, principalmente, o senador mineiro Aécio Neves.

Como pano de fundo dessa interpretação, a qual *Veja* não se detém além da superficialidade, está o discurso do PT de nós contra eles — a despeito do que dizem as provas constantes nos processos judiciais — baseado em uma certa superioridade moral da esquerda por representar as minorias menos assistidas e a direita, em sentido contrário, não se importaria com essas camadas da sociedade. Temos essa mesma definição simplista para esquerda e direita em Bobbio (1995).

Fechado esta terceira seção do capítulo, passamos, a seguir, a fazer uma retomada do que analisamos até aqui para responder nosso objetivo nesta pesquisa,

qual seja: *de que forma as bandeiras atribuídas à direita e à esquerda são agendadas editorialmente pelas instituições jornalísticas?*

#### **5.4 Sobre o agendamento ideológico**

Nesta parte do trabalho, como mencionamos acima, fizemos um resgate de colocações, conceitos e informações trazidas até aqui neste estudo para embasar nossas considerações no intuito de respondermos ao problema de pesquisa. O principal mote do trabalho, embutido na pergunta nuclear, foi identificar se a maior revista de circulação, com uma tiragem semanal superior a 1,2 milhão exemplares, promoveu um direcionamento à direita ou à esquerda quando tratou do tema da colaboração premiada dos executivos da JBS. Para identificarmos esse possível alinhamento editorial do veículo a uma dessas ideologias, analisamos as oito edições da revista *Veja* da semana do dia 24 de maio à semana do dia 12 de julho — oito semanas, o período máximo em que, segundo McCombs (2008), ocorre a assimilação da agenda midiática pela opinião pública.

Em um momento político, social e econômico de investigações contra grandes políticos de expressão nacional e partidos tradicionais, fato que gera tensões entre Poderes da República, merece especial atenção como um veículo do porte de *Veja* reporta e contextualiza os episódios relativos à delação de executivos da maior empresa de abate de proteína animal do mundo, a JBS, e envolve políticos de diversos partidos, de governo e oposição, e os líderes políticos mais proeminentes — Michel Temer, Aécio Neves, Lula, Dilma, entre outros.

A preocupação com a credibilidade e isenção das informações reside no fato de que, “para quase todas as preocupações da agenda pública, os cidadãos tratam de uma realidade de segunda-mão, uma realidade que é estruturada pelo relato dos jornalistas sobre estes eventos e situações” (McCOMBS, 2009, p. 17).

À primeira vista, parece-nos difícil identificarmos, claramente, no que tange a um posicionamento editorial, um eventual agendamento ideológico proporcionado pela revista quando esta aborda o nosso tema de pesquisa. Isso talvez encontre explicação em Benetti (2013), que vê o jornalismo de revista como complexo, diversificado e especializado. Para a autora, é um tipo de jornalismo que “engendra

olhares e percepções sobre o mundo, sobre si e sobre o outro, e é essa articulação que reside seu amplo e fecundo poder” (BENETTI, 2013, p. 55).

O jornalismo de revista é um discurso e um modo de conhecimento que é seguído por público e por interesse; é periódico; é durável e colecionável; tem características materiais e gráficas distintivas dos demais impressos; exige uma marcante identidade visual; permite diferentes estilos de texto; recorre fortemente à sinestesia; estabelece uma relação direta com o leitor; trata de um leque amplo de temáticas e privilegia os temas de longa duração; está subordinado a interesses econômicos, institucionais e editoriais; inclui uma ordem hermenêutica do mundo; estabelece o que julga ser contemporâneo e adequado; indica modos de vivenciar o presente; define parâmetros de normalidade e de desvio; contribui para formar opinião e gosto; trabalha com uma ontologia de emoções (BENETTI, 2013, p. 55).

Ou seja, há diversos fatores que devem ser considerados ao se examinar o material que é publicado em um veículo de comunicação como uma revista. Não podemos perder de vista também o entendimento de Vilas Boas (*apud* BOFF, 2013), que abordamos brevemente na contextualização sobre as *newsmagazine*. Para o autor: "Toda reportagem de revista traz no texto, implícito ou não, uma espécie de *ponto de vista*, que aqui não deve ser confundido com qualquer tipo de *opinião*" (VILAS BOAS *apud* BOFF, 2013, p. 200).

Para cumprirmos com nosso objetivo geral, identificar como a maior revista de circulação nacional agenda seus leitores com pautas direcionadas a um viés de direita ou de esquerda, estabelecemos três objetivos específicos, quais sejam:

- caracterizar qual o pseudoambiente construído pela revista e apresentado à opinião pública sobre a delação da JBS;
- identificar os elementos que formam o enquadramento das notícias, reportagens e artigos etc. sobre o caso JBS; e
- perceber se houve agendamento ideológico e direcionamento das pautas, à direita ou à esquerda, pelas publicações a partir do pseudoambiente e enquadramento.

Dessa forma, dividindo o objetivo geral em três específicos, acreditamos que é possível fazermos considerações sobre um eventual agendamento ideológico que, em um primeiro momento, pode passar despercebido.

Colocadas essas premissas, podemos perceber que a principal problemática agendada pela Veja sobre o caso JBS durante o período de análise foi a corrupção envolvendo políticos de grande expressão e empresários poderosos. Dentro desta questão, como expusemos na seção sobre direita e esquerda, identificamos que a revista acaba por esbarrar lateralmente em temas e formas de ver o quadro geral que são características descritas pelos autores como de direita ou de esquerda, como quando aparecem a defesa do constitucionalismo, do cumprimento dos ritos legais, ressalta a necessidade de estabilidade, entre outros.

Conforme a perspectiva do agendamento que diz que os veículos de comunicação não sobre como pensar mas sobre o que pensar (COHEN *apud* WOLF, 2010), o público leitor de Veja será levado a pensar sobre a corrupção endêmica e a incluí-la entre suas preocupações no dia a dia de modo geral; não será levado a pensar sobre se uma ideologia em particular poderia, por seu modo de ver e se portar diante de determinadas escolhas, ser a responsável pelos episódios ilícitos revelados pelos delatores da JBS e pelas investigações da Polícia Federal (PF) e Ministério Público Federal (MPF). Isso porque, como observamos, a revista não colocou o assunto em pauta; eventualmente, abordou traços do pensamento da direita ou da esquerda, porém, em textos com outros enfoques.

Nesse contexto é que trazemos à discussão um outro conceito ao qual abordamos em nossa produção, o de enquadramento, pois, segundo Gamson (*apud* COLLING, 2001), os receptores armazenam fragmentos das notícias e recorrem a eles para conseguir explicar seus pontos de vista frente a acontecimentos sobre os quais são chamados a se posicionarem. A ocorrência do enquadramento por meio de elementos como tom, contexto, números, mensagens, imagens e metáforas faz com que seja criado um *frame* dominante, uma posição dita autorizada que permeia toda a orientação das notícias sobre aquela situação narrada e que tende a obscurecer alguma informação em sentido oposto (COLLING, 2001).

O *frame*, aliado ao ambiente informacional retratado pela Veja durante o período selecionado na amostragem, é importante identificarmos o ponto de vista externado pela revista e, conseqüentemente, se este ponto de vista está situado em alguma posição no espectro político. As principais inferências que fizemos durante nossa análise foram:

- O presidente Michel Temer tem sobre si o foco das atenções nas oito edições de Veja analisadas pelo cargo que ocupa, por ter supostamente dado aval à compra de um ex-deputado e atualmente preso, pelo fato de que teria aceito, por intermédio do seu então assessor Rodrigo Rocha Loures, uma oferta de propina da JBS, além de ter recebido um empresário tarde da noite, fora da agenda oficial, no Palácio do Jaburu;
- Veja questiona os altos benefícios ofertados pela chefia do Ministério Público Federal aos delatores da JBS em face da quantidade de provas apresentadas por eles; a vida de luxo que os irmãos e controladores do grupo empresarial Wesley e Joesley Batista teriam para desfrutar no exterior e também um provável uso de informações privilegiadas que os executivos teriam usado no mercado financeiro com a iminência da divulgação da delação;
- Coloca que a carreira política do senador Aécio Neves (PSDB-MG), candidato derrotado nas eleições presidenciais de 2014, fica praticamente inviabilizada. Além de ter sido gravado por Joesley Batista pedindo o repasse de R\$ 2 milhões, o senador envolveu a sua irmã, Andrea Neves, que acabou detida, no caso. A revista ainda dá margem ao enquadramento, que aparece na coluna “Sensacionalista”, segundo o qual o senador é protegido das investigações e pelos magistrados.
- O Partido dos Trabalhadores, principal alvo da Operação Lava Jato, também teve os dois ex-presidentes da República, Luís Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff, atingidos pela delação: segundo Joesley Batista, os dois teriam uma conta de propinas destinadas a eles no valor de R\$ 150 milhões. Porém, a revista não coloca em discussão o porquê de os delatores terem dado protagonismo ao presidente Temer, que era vice de Dilma, em seus relatos ao Ministério Público Federal (MPF) e relegado papel secundário ao PT.
- Por fim, a revista afirma que, em que pesem divergências em discursos públicos, os principais partidos do país - PT, PMDB e PSDB - atuam juntos nos bastidores para pôr um freio nas investigações da Polícia Federal e do MPF.

Dessas inferências, somadas a alguns traços identificados em matérias que correspondem a pautas caras a esta ou aquela ideologia — constitucionalismo, leis e

ordem, prudência, escolhas econômicas, um discurso implícito de moralidade —, formam o quadro geral visualizado em nossas observações. Em face disso, não podemos afirmar, com segurança, que houve um agendamento ideológico por parte da revista *Veja* quando o veículo tratou da colaboração premiada da JBS — há apenas traços apontados que não configuram a prática de um agendamento nesse sentido, ao nosso ver. Os fatos colhidos nas apurações jornalísticas levaram o veículo àquelas interpretações que podem coincidir, lateralmente, com interesses das ideologias que abordamos nesta produção.

Podemos dizer, por certo, que o *framing* foi uniforme no sentido anticorrupção. Ainda nessa seara, notamos que as informações apuradas pela revista levaram-na a fazer uma leitura de momento e apresentar o cenário ao público daquela forma. Para o veículo, a corrupção independe de ideologia, o que o faz se alinhar, ao nosso ver, à definição daqueles que acreditam que direita e esquerda atualmente não tem a relevância antes atribuída aos conceitos, como Scheefer (2014, p. 2) ilustra: “Diante desse quadro nebuloso, a crença que ganha destaque é a de que os diferentes grupos políticos, no fim das contas, formulam programas semelhantes ao compartilharem os mesmos fins imediatos”.

Terminadas as análises realizadas sobre pseudoambiente, enquadramento e ideologias, faremos nossas considerações finais relativas ao estudo no próximo capítulo.



## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como os fatos políticos, jurídicos, econômicos e suas repercussões no contexto nacional, pautas constantes na revista *Veja*, têm novidades cada semana — quiçá no mesmo dia —, as considerações feitas neste trabalho dizem respeito a informações levadas a público pela revista naquele determinado momento. Dessa forma, igualmente, temos respostas de momento. Com os mesmos critérios de análise, mas em situação temporal diversa, talvez as inferências sejam outras. Tal cenário abre margens para o prosseguimento, talvez com enfoques e métodos outros, de pesquisas relacionadas a este objeto de estudo. Porque isso faz pensar como o jornalismo é dinâmico, e como as informações dispostas pelos meios de comunicação, em dada circunstância, podem fazer com que o receptor tenha uma percepção em detrimento de outra, e suscita também a reflexão sobre como as primeiras impressões tidas pelos receptores sobre um fato são reativadas e os orientam em suas avaliações da evolução dos acontecimentos.

As linhas acima nos remontam ao agendamento e o enquadramento noticioso, que abordamos nesta produção. Como um assunto que foi agendado durante toda a amostragem selecionada — oito edições da revista *Veja* entre os meses de maio e julho —, é natural que o objeto de estudo tenha sido abordado em suas diversas imbricações. Nesse aspecto, há ressonância com a tese central da teoria da agenda: a mídia não diz sobre como pensar, mas sobre o que pensar. Entretanto, se juntarmos o componente do enquadramento, podemos dizer, com certa segurança, que os veículos de comunicação avançam também sobre como pensar. Essa interpretação, como trouxemos em nosso referencial teórico, é admitida inclusive por Maxwell McCombs, um dos precursores dos estudos do agendamento na academia nos Estados Unidos.

Nesta produção, sob o objetivo geral de identificar como a revista *Veja* agenda seus leitores com pautas direcionadas a vieses de direita ou de esquerda, verificamos que o veículo deu grande destaque em suas páginas ao tema que nos propomos analisar com o intuito de respondermos ao problema de pesquisa — de que forma as bandeiras atribuídas à direita e à esquerda são agendadas editorialmente pelas instituições jornalísticas? Em nosso levantamento quantitativo, observamos que a repercussão da delação dos executivos da JBS foi abordada, direta ou indiretamente, em 113 situações. Porém, em exame qualitativo do material publicado, não encontramos elementos suficientes para apontar que houve direcionamento ideológico para a direita ou à esquerda.

Em que pese alguns traços considerados, segundo autores que trabalham em nosso referencial teórico, como de direita ou de esquerda, não os consideramos como decisivos para indicar que houve um direcionamento ideológico por parte de *Veja*. Por outro lado, como observamos na análise, notamos que existe uma preocupação editorial da publicação em produzir um enquadramento que indique que há uma corrupção generalizada, orquestrada por políticos e empresários de alto escalão. Inferimos que, para a *Veja*, é mais importante que o seu leitor tenha isso em mente do que discutir se o problema poderia residir em práticas adotadas por alguma corrente ideológica.

Revisitando as sessões da análise, pensamos que conseguimos cumprir com nossos objetivos específicos: retratar o pseudoambiente construído sobre a colaboração premiada dos executivos do grupo JBS, identificar os elementos do enquadramento e indicar se houve agendamento ideológico. Quanto às hipóteses iniciais que tínhamos, podemos dizer que se confirmaram. São elas:

- i) a posição da empresa jornalística é demarcada pela escolha das pautas e pelo tratamento editorial que elas recebem, já que um fato pode ser ignorado pela edição ou ser abordado conforme o viés defendido pela empresa;
- ii) a publicação constrói um ambiente de informações e o apresenta ao leitor, que pode ficar sujeito à influência do veículo e construir sua visão de mundo a partir dele se não buscar outras fontes de informação; e

iii) em relação à delação da JBS, supomos que a Veja, embora adote um tom duro contra o Palácio do Planalto, pondera sobre a necessidade de se aprovar reformas estruturais para a estabilidade e recuperação econômica do Estado.

Em relação a preocupações que externamos na introdução deste estudo, sobre se a imprensa estaria deixando a pretensa objetividade e neutralidade para se colocar como parte no debate ideológico e, como consequência disso, deveríamos ficar mais atentos às linhas editoriais adotadas pelos veículos para direcionar a opinião pública, podemos tecer algumas considerações no sentido de que:

1 - a objetividade jornalística é algo que deve ser sempre almejada, mas, como o processo de construção do relato noticioso é algo subjetivo, os receptores devem prestar mais atenção na força das informações trazidas pelos veículos e, assim, tirar suas próprias conclusões sobre o acontecimento;

2 - é importante o receptor ficar atento à linha editorial dos meios de comunicação e, sempre que possível, consultar mais de um veículo sobre um mesmo fato. Esse expediente evita que ele tenha apenas um relato, uma imagem da realidade construída apenas por uma mídia, e aumenta também a gama de informações a seu dispor, já que um veículo proporciona ao seu consumidor um fragmento da realidade, uma reconstituição do fato de segunda-mão;

3 - sobre debates polarizados entre as correntes ideológicas de direita e esquerda, acaba sendo inevitável, ao nosso ver, que as informações, opiniões e pontos de vista contidos nos veículos de comunicação sejam usados no debate político por essa ou aquela ideologia. O que não deve acontecer é o veículo de comunicação se colocar como parte e direcionar, editorialmente, as suas publicações para municiar uma militância. Se assim o fizer, então, que marque claramente esse posicionamento editorial. Em nosso estudo, não identificamos isso por parte de Veja; observamos que ela buscou engajar seus leitores em um sentimento anticorrupção, sem bandeira político-ideológica.

Esse estudo e os resultados provenientes dele nos fez reforçar o entendimento de que, além de observar os acontecimentos noticiosos, os receptores das mensagens jornalísticas devem empregar especial atenção ao comportamento dos

veículos de imprensa e compará-los, haja vista que a mídia tem parcela significativa na formação na opinião pública. Dessa forma, o público terá maior consciência crítica para participar do debate público e não ficará à mercê da mera reprodução do que os veículos de comunicação publicam. Por essa lógica que colocamos, seria acrescido ao “*o que pensar*” e “*como pensar*” a questão o “*por que pensar*”, por parte do receptor.

Como prosseguimento desta linha de pesquisa, poderiam ser testados outros objetivos específicos neste tema que analisamos, ou também ser realizada uma análise de mesma natureza com outra revista, para ver como esta se portaria, ou, ainda, como um veículo como um jornal abordou o mesmo tema, no mesmo período, para efeito de comparação de cobertura. Estudos dessa natureza, aliando os conceitos de agendamento, enquadramento e, sobretudo, buscando entender o que o receptor faz com as informações que recebe da imprensa são importantes de serem realizados no ambiente acadêmico em Comunicação Social.

Perceber a influência da mídia na opinião pública requer o aperfeiçoamento dos instrumentos de pesquisa, e, ao nosso sentir, desses estudos podem surgir novos conceitos a partir do agendamento e do enquadramento que os superem — assim como a própria noção de enquadramento já é uma evolução da teoria da agenda. Mesmo estando no campo da Ciência Política, entendemos que as ideologias e formas de ver e se posicionar frente a questões podem fornecer um rico material para esses estudos que sugerimos na comunicação, porque a imprensa atua, diariamente, em diversos ambientes sociais e a escolha e angulação das pautas não deixam de ser, no sentido amplo do termo, escolhas políticas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, Maria Fernanda Lopes. **Veja sob censura**: 1968-1976. São Paulo: Jaboticaba, 2008.
- ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- ALTMAN, Fábio. A fábula da ingenuidade. In: VEJA. **A saída**. São Paulo, edição 2.532, ano 50, n. 22, p. 58-59, 31 mai. 2017.
- ALVARENGA, Bianca; SAKATE, Marcelo. A volta da incerteza. In: VEJA. **Basta**. São Paulo, edição 2.531, ano 50, n. 21, p. 70-73, 24 mai. 2017.
- BARROS, Mariana; ONOFRE, Renato. A maior ameaça a Temer. In: VEJA. **O futuro de Temer depende deles**. São Paulo, edição 2.533, ano 50, n. 23, p. 114, 07 jun. 2017.
- BENETTI, Marcia. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Orgs). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.
- BOBBIO, Norberto. **Direita e esquerda**: razões e significados de uma distinção política. São Paulo: UNESP, 1995.
- BOFF, Felipe. Muito além do editorial: a revista e suas opiniões. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Orgs). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.
- BONIN, Robson; BRONZATTO, Thiago. Temer ficou menor. In: VEJA. **O presidente encolheu**. São Paulo, edição 2.536, ano 50, n. 26, p. 48-55, 28 jun. 2017.
- \_\_\_\_\_; GONÇALVES, Eduardo. Os súditos fiéis. In: VEJA. **O novo enigma da Lava-Jato**. São Paulo, edição 2.537, ano 50, n. 27, p. 52-53, 05 jul. 2017.
- BRONZATTO et al. À beira do abismo. In: VEJA. **Basta**. São Paulo, edição 2.531, ano 50, n. 21, p. 42-46, 24 mai. 2017.

BRONZATTO, Thiago. O outro crime no mercado. In: VEJA. **O futuro de Temer depende deles**. São Paulo, edição 2.533, ano 50, n. 23, p. 58-59, 07 jun. 2017.

\_\_\_\_\_; FRAZÃO, Felipe. O último grito. In: VEJA. **Todos no mesmo barco**. São Paulo, edição 2.535, ano 50, n. 25, p. 54-55, 21 jun. 2017.

BURLET, Patrícia Oliveski. A dicotomia esquerda/direita e a proposta da terceira via. **Revista Direito em Debate**, v. 11, n. 16-17. Ijuí: Unijui, 2002.

CASTRO, Alexandre. **Teorias do Jornalismo, Universidade e Profissionalização: Desenvolvimento Internacional e Impasses Brasileiros**. Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação. Evento XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em Fortaleza (CE) de 3 a 7 de setembro, 2012.

COLLING, Leandro. Agenda-setting e o framing: reafirmando os efeitos limitados. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, PUC-RS, n. 14, p. 88 – 101, 2001.

CONSENTINO, Marcelo. Quase irmãos. In: COUTINHO, João Pereira; PONDÉ, Luiz Felipe; ROSENFELD, Denis L. **Por que virei à direita**. São Paulo: Três estrelas, 2014.

COSTA, Ana Clara. A queda. In: VEJA. **Basta**. São Paulo, edição 2.531, ano 50, n. 21, p. 52-56, 24 mai. 2017.

\_\_\_\_\_; NARCIZO, Bruno. Os reis do abate. In: VEJA. **Basta**. São Paulo, edição 2.531, ano 50, n. 21, p. 66-68, 24 mai. 2017.

COSTA, Lailton Alves da. **Gêneros Jornalísticos**. In: MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (Orgs). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: UESP, 2010.

\_\_\_\_\_; LUCHT, Janine Marques. **Gênero Interpretativo**. In: MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (Orgs). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: UESP, 2010.

FIABANE, Danielle Fabian. **Esquerda e direita ainda são conceitos válidos?** 1999. Disponível em: <[http://gvpesquisa.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/publicacoes/esquerda\\_e\\_direita\\_-\\_ainda\\_sao\\_conceitos\\_validos.pdf](http://gvpesquisa.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/publicacoes/esquerda_e_direita_-_ainda_sao_conceitos_validos.pdf)>. Acesso em: 25 jun 2017.

FONSECA, João José Saraiva da. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

FREITAS, Renata Aparecida de. A quadrilha e o circo: aspetos linguísticos, discursivos e intertextuais em uma análise comparativa de editoriais de jornal. **Revista de educação cultura e comunicação do Curso de Comunicação Social das Faculdades Integradas Teresa D'Ávila - Fatea**, v. 2, p. 55-69, 2011.

GIDDENS, Anthony. **Para além da esquerda e da direita: o futuro da política radical**. São Paulo: Editora da UNESP, 1996.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GLOBONEWS painel – 28/12/2013 - esquerda ou direita (HD). In: **Bootlead**. Brasil, 29 dez. 2013. Vídeo (48min 29s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=jspRDmkNhII>>. Acessado em 16 jul. 2017.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Record, 1998.

GONÇALVES, Eduardo; CAMPOS, João Pedroso de. O vexame histórico do TSE. In: VEJA. **Agora é guerra**. São Paulo, edição 2.534, ano 50, n. 24, p. 46-47, 14 jun. 2017.

GUANDALINI, Giuliano. O efeito Joesley. In: VEJA. **O presidente encolheu**. São Paulo, edição 2.536, ano 50, n. 26, p. 70-71, 28 jun. 2017

GUEDES, Viviane Marques. **A enunciação editorial: o procedimento opinativo da imprensa pessoense frente ao embate eleitoral 2004 em João Pessoa**. 2005. 136 f. Monografia (graduação em Comunicação Social – habilitação em Jornalismo) - Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2005.

GUZZO, José Roberto (a). Todos leigos. In: VEJA. **A saída**. São Paulo, edição 2.532, n. 22, p. 57, 31 mai. 2017.

\_\_\_\_\_(b). Um país inviável. In: VEJA. **Basta**. São Paulo, edição 2.531, ano 50, n. 22, p. 58-59, 24 mai. 2017. A

\_\_\_\_\_(c). A limpeza que não limpa. In: VEJA. **O presidente encolheu**. Veja, São Paulo, edição 2.536, ano 50, n. 26, p. 56-57, 28 jun. 2017.

HOHLFELDT, Antonio. Os estudos sobre a hipótese de agendamento. **Revista Famecos**. Porto Alegre, n.7, p.42-51, nov. 1997.

KRAMER, Dora. In: VEJA. **A saída**. São Paulo, edição 2.532, n. 22, p. 57, 31 mai. 2017.

MAGLIANO, Giovanni. E a vaca vai para o brejo? In: VEJA. **A saída**. São Paulo, edição 2.532, ano 50, n. 22, p. 60-63, 31 mai. 2017.

McCOMBS, Maxwell. **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2009.

MELO, José Marques de. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3. ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de. **Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório**. Intercom (São Paulo. Online), v. 39, p. 39-56, 2016.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999. Disponível em: <[http://cliente.argo.com.br/~mgos/analise\\_de\\_conteudo\\_moraes.html](http://cliente.argo.com.br/~mgos/analise_de_conteudo_moraes.html)>. Acesso em: 02 de jul. 2017.

MOURA FILHO, Washington. **Editorial: expressão opinativa dos gêneros jornalísticos**. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro. Anais 2015, 2015.

LASSANCE, Antonio. Direita e Esquerda: razões e confusões (1). **Carta Maior**, 30 out. 2013. Disponível em: <<https://www.cartamaior.com.br/?/Coluna/-Direita-e-Esquerda-razoes-e-confusoes-1-/29380>>. Acesso em: 25 jul. 2017.

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Editora Vozes: Petrópolis, 2008.

OLIVEIRA, Tânia Modesto Veludo de. **Amostragem não probabilística: adequação de situações para uso e limitações de amostras por conveniência, julgamento e quotas**. FECAP. São Paulo, 2001. Disponível em: <[http://www.fecap.br/adm\\_online/art23/tania2.htm](http://www.fecap.br/adm_online/art23/tania2.htm)>. Acesso em: 06 jun. 2017.

OLIVEIRA, Lorena Aracelly Cabral de; KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos. O Conteúdo Interativo na Revista Veja: Um estudo de caso do Mobile View. In: XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste (Intercom), 2016, Caruaru/PE. **Anais do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste (Intercom)**. São Paulo: Intercom, 2016.

OSTERMANN, Fábio Maia. **Os liberais e o espectro político unidimensional: direita, esquerda ou algo mais?** 2014. 115f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PONDÉ, Luiz Felipe. A formação de um pessimista. In: COUTINHO, João Pereira; PONDÉ, Luiz Felipe; ROSENFELD, Denis L. **Por que virei à direita**. São Paulo: Três estrelas, 2014.

PRADO, Thiago. 150 milhões de dólares. In: VEJA. **Basta**. São Paulo, edição 2.531, ano 50, n. 21, p. 48-51, 24 mai. 2017.

PRIOR, Hélder. **Esfera pública e escândalo político**. Portugal: Media XXI, 2016.

PUBLI Abril. **Marcas e plataformas**. Disponível em: <<http://publiabril.abril.com.br/marcas/veja>>. Acesso em: 23 nov. 2017.



RANGEL, Rodrigo; PEREIRA, Daniel; BONIN, Robson. Jogaram no colo do TSE. In: VEJA. **A saída**. São Paulo, edição 2.532, ano 50, n. 22, p. 44-51, 31 mai. 2017.

RÊGO, Ana Regina; AMPHINO, Maria Isabel. Gênero opinativo. In: MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (Orgs). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: UESP, 2010.

ROSENFELD, Denis Lerrer. A esquerda na contramão da história. In: COUTINHO, João Pereira; PONDÉ, Luiz Felipe; ROSENFELD, Denis L. **Por que virei à direita**. São Paulo: Três estrelas, 2014.

ROSSETTO, Graça Penha Nascimento; SILVA, Alberto Marques. Agenda-setting e Framing: detalhes de uma mesma teoria? **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n.26, p. 98-114, jul. 2012.

RUBLESKI, Anelise. Teorias do Jornalismo: questões exploratórias em tempos pós-massivos. In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Universidade de Caxias do Sul (UCS) – 2 a 6 de setembro de 2010, 2010, Caxias do Sul. **Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2010. v. 1. p. 1-15.

SCHEEFFER, Fernando. Esquerda e direita: velhos e novos temas. In: 38º Encontro Anual da ANPOCS, 2014, Caxambu, MG. **Anais do 38º Encontro Anual da ANPOCS**, 2014.

SEVERO, Bruna Meireles. **Agendamento, enquadramento e opinião pública: a imprensa e seus efeitos sobre a audiência**. 2007. 80f. Monografia (Graduação em Comunicação Social/Jornalismo) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Rio de Janeiro.

SOUSA, Jorge Pedro. **Por que as notícias são como são?** Construindo uma teoria da notícia. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. 2002. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-da-noticia.pdf>. Acesso em: 20 de outubro de 2016.

RODA Viva Demétrio Magnoli – 27/04/2015. In: **Roda Viva**. Brasil, Cultura, 27 mai. 2015. Vídeo (1h 21min 43seg). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=FmrPs019Sc0>> Acesso em: 15 jul. 2017.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: Duarte, Jorge; Barros, Antonio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

TAROUCO, Gabriela da Silva; MADEIRA, Rafael Machado. Partidos, programas e o debate sobre esquerda e direita no Brasil. **Revista de Sociologia e Política** [online]. 2013, vol.21, n.45, pp.149-165. ISSN 1678-9873. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0104-44782013000100011>>. Acesso em: 14 ago. 2017.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TRESCA, Laura Conde. Gênero Informativo. In: MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (Orgs). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: UESP, 2010.

VAZ, Tyciane Cronemberger Viana. Gênero Utilitário. In: MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (Orgs). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: UESP, 2010.

VEJA (a). O deputado esperto. **Basta**. São Paulo, edição 2.531, ano 50, n. 21, p. 44, 24 mai. 2017.

VEJA (b). Corrupção 7 x 1 Brasil. **Basta**. São Paulo, edição 2.531, ano 50, n. 21, p. 40-41, 24 mai. 2017(b).

VEJA (c). De costas para o país. **O novo enigma da Lava-Jato**. São Paulo, edição 2.537, ano 50, n. 27, p. 12, 05 jul. 2017.

VEJA (d). **Todos no mesmo barco**. São Paulo, edição 2535, ano 50, nº 25, 21 jun. 2017.

\_\_\_\_\_. A barraca furada. **Todos no mesmo barco**. São Paulo, edição 2.535, ano 50, n. 25, p. 40-41, 21 jun. 2017.

VEJA (e). O delator na mira. **Agora é guerra**. São Paulo, edição 2.534, ano 50, n. 24, p. 58, 14 jun. 2017.

VEJA (f). A HORA da grandeza. **Basta**. São Paulo, edição 2.531, ano 50, n. 21, p. 12-13, 24 mai. 2017.

VEJA (g). **A saída**. São Paulo, edição 2532, ano 50, nº 22, 31 mai. 2017.

VEJA (h). **O presidente encolheu**. São Paulo, edição 2536, ano 50, nº 26, 28 jun. 2017.

VEJA (i). **Agora é guerra**. São Paulo, edição 2534, ano 50, nº 24, 14 jun. 2017.

VEJA (j). **O futuro de Temer depende deles**. São Paulo, edição 2533, ano 50, nº 23, ps. 50-51, 07 jun. 2017.

VILLALTA, Daniella. **O surgimento da revista Veja no contexto da modernização brasileira**. INTERCOM – Sociedade brasileira de estudos interdisciplinares da Comunicação. XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 de Set 2002.

VISENTINI, Paulo Fagundes; PEREIRA, Analúcia Danilevicz. **História mundial contemporânea (1776-1991)**: Da independência dos Estados Unidos ao colapso da União Soviética. 3. ed. rev. atual. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2012.

WOLF, Mauro. **Teoria das comunicações de massa**. 4. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010.

ZALIS, Pieter. Por que ele se deu tão bem. In: VEJA. **A saída**. São Paulo, edição 2.532, ano 50, n. 22, p. 60-63, 31 mai. 2017.